انعكاسات تطبيق اتفاقية تريبس "TRIPS" على حماية المستهلك
في الوطن العربي، و قصور التشريعات على محاربة ظاهرة التقليد
- الجزائر نموذجاً-

Les Implications pour l'application de l'Accord des "ADPIC" pour protéger le consommateur Dans le monde arabe, et le manque de législation visant la lutte contre la contrefaçon -Cas de l'Algérie-

—

الأستاذ: عمار طهرات

كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير

جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف- الجزائر

E-mail: *Tahrat.ammar@gmail.com*

الأستاذ: بلقاسم امحمد

كلية الحقوق و التجارة

جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم

مقدمة:

بعد القصور الذي ظهر في اتفاقية الجات الأولى و بداية ظهور اختلالات كبرى في حركية التجارة العالمية، لم يجد أصحاب النفوذ من الدول بدا من البحث عن اتفاقية أخرى تمكنهم من المحافظة على ممتلكاتهم الفكرية الصناعية و الأدبية على حد سواء من التعدي من طرف بعض الدول التي تعمل على تشجيع مثل هذه التجارة غير الشرعية، فوجدوا ضالتهم بعد إحداث منظمة التجارة العالمية و الإمضاء على ما أصبح يعرف باتفاقية حقوق الملكية الفكرية ذات العلاقة بالتجارة و التي يشار إليها اختصاراً "تريبس TRIPS" في اجتماعها بمدينة مراكش المغربية سنة 1994م.

إن من بين أبرز المواضيع التي أصبحت تثير الكتاب و الباحثين و تاستهويه م إلى الكتابة و البحث ما أصبح يعرف بقضايا حقوق الملكية الفكرية بصفة عامة و ذات العلاقة بالتجارة بصفة خاصة. لاسيما مع إدراك المجتمـــع الدولي بخطورة ظاهرة انتهاك هذه الحقوق بأنواعها الصناعية و الأدبية بانتشار ما أصبح يطلق عليه بالتقليد و القرصنة.

إن الجزائر شأنها شأن باقي الدول العربية عانت و لا زالت من ظاهرة انتهاك حقوق الملكية الفكرية، و تأثيرها المباشر على السوق الرسمية، إذ سعت إلى البحث عن أنجع الطرق لمواجهة هذه الظاهرة حمايةً للمستهلك من التضليل و التدليس...الخ.

من خلال هذا البحث نهدف إلى تبيان وضعية حقوق الملكية الفكرية في الجزائر و مع التعرف على أبرز الإجراءات المتخذة من طرف السلطات الجزائرية من أجل حماية المستهلك، مع الإشارة إلى حالة بعض الدول العربية في محاربة هذه الظاهرة، مركزين على تبيان التزامات اتفاقية تريبس مقارنة بالتشريعات الجزائرية في مجال حماية حقوق الملكية الفكرية، و في آخر الورقة سنعطي بعض التوصيات الهامة قصد الاستفادة منها في البحث عن الحلول الممكنة.

- أهداف البحث:

نهدف من خلال هذا البحث إلى إلقاء نظرة عن كثب حول التعدي على حقوق المستهلكين من خلال انتهاك حقوق الملكية الفكرية ذات العلاقة بالتجارة و بُعدها الاقتصادي، حيث و لمدة طويلة ظلت من المواضيع التي يختص بها الحقوقيون فقط، لذلك فإننا من خلال هذه الدراسة نحاول تبيان البعد الاقتصادي لحقوق الملكية الفكرية من خلال:

- التعرف على معنى حماية المستهلك، أسباب الاهتمام بها و مبادئها.
- تبيان الإطار التنظيمي لحقوق الملكية الفكرية في العالم العربي عامة و الجزائر بوجه خاص
- التعرف على اتفاقية تريبس أحكامها و مبادئها.
- استنتاج بعض التوصيات الهامة التي من شأنها أن تساعد الدول النامية" العربية" عامة

و الجزائر خاصة على محاربة هذه الظاهرة.

- أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث في أبراز الحقوق الفكرية المتعلقة بالتجارة وطرق التعدي عليها، إذ أصبح الصراع يتفاقم يوماً بعد يوم بين المبتكرين و العاملين في مجال الحماية و المنتهكين لحقوق الملكية الفكرية بنوعيها التقليدية و المقرصنة و الذين يهدفون من وراء ذلك إلى تضليل المستهلكين بين السلع الأصلية المرخصة و السلع المقلدة غير الشرعية مستعملين في ذلك كافة الحيل و طرق الغش التجاري.

- منهجية البحث:

للقيام بمثل هذه الدراسة، ارتأينا الاعتماد على الأسلوب الوصفي التحليلي، كون الدراسة تصطدم بصعوبة الحصول على إحصائيات رسمية، حيث سنقوم بجمع مختلف البيانات من الكتب و المجلات و تقارير الجمارك الجزائرية باللغتين العربية و الفرنسية، و بعض الجرائد اليومية الجزائرية بسبب شح المعلومة و صعوبة الحصول على إحصائيات في مثل هذه الدراسات، كونها تخص دراسة سوق موازي غير رسمي تقوم الهيئات الرسمية بمحاربته، بالإضافة إلى الاستعانة ببعض المواقع الرسمية على شبكة الانترنت.

و لكي نقوم بدراسة الموضوع ارتأينا تقسيم الدراسة إلى أربعة محاور:

المحور الأول: الإطار النظري لحماية المستهلك.

Axe I: Le Cadre Théorique Pour La Protection Des Consommateurs.

1: ماهية الاستهلاك و حماية المستهلك:

في عرف الشرع لا يوجد تعريف اصطلاحي للمستهلك لكونه مصطلحاً حديثاً نسبياً، لكن هناك من عرَّف الاستهلاك وقال : بأنه إهلاك السلع والمنتجات التي يحصل عليها الفرد لقضاء ضرورياته وحاجاته [1]، أما حماية المستهلك من الناحية القانونية تعرف على أنها تصرف الهيئات أو جمعيات المجتمع المدني أو أي هيئة أخرى تتمتع بالشخصية القانونية من أجل حماية المستهلك من أي شيء ضار أثناء قيامه بالعملية الاستهلاكية، أما المستهلك فهو كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك أي بمعنى استعمال مال عام أو خاص [2]، وه ذا التعريف شمل بعض الاشخاص ال ذين يتصرفون لغرض مهني إعطاءهم صفة المستهلك[3]، كما يعرف أيضاً من الناحية الاقتصادية أن حماية المستهلك تعنى الإجراءات اللازمة لحماية كل شخص يسعى للحصول على سلعة أو خدمة بهدف إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية[4]

ويرتكز مفهوم حماية المستهلك على ثلاثة عناصر رئيسية هي[5]:

1-1- العنصر الرقابي: الذي يضمن سلامة المعروض من السلع والخدمات ومطابقتها للمواصفات لقياسية العالمية، وتقوم الأجهزة الحكومية بهذا الدور بصفة أساسية.

1-2- العنصر التشريعي: وهو القائم على أساس إعادة النظر في التشريع القائم من أجل إيجاد مظلة حماية لكافة حقوق المستهلك.

1-3- العنصر التثقيفي والتعليمي والإرشادي للمستهلك: وهو الذي يقوم عليه رفع وعى المستهلك وتبصيره بحقوقه وواجباته، بما يرشد قراراته ويوجهه إلى ما يحقق له القدر الأكبر من الحماية.

2: أبرز الأسباب التي أدت إلى الاهتمام بحماية المستهلك:

تقوم الهيئات العمومية على اختلاف أنواعها و غاياتها على حماية المستهلكين للأسباب الآتية[6]:

- زيادة متطلبات المستهلك من المنتجين في الحصول على خدمات تتفق مع رغباته كفرد، نتيجة ارتفاع دخل ومعيشة المستهلك ومستوى تعليمة ورفاهيته، بينما يقدم المنتجون منتجاتهم لسوق كبير، دون مراعاة رغبات كل فرد على حدة، وأدى ذلك إلى ترك المستهلك في حالة دون الإشباع الكامل.
- توقع المستهلك جودة مرتفعة للمنتجات أو الخدمات مع انخفاض الدخل الحقيقي والقوة الشرائية للمستهلك نتيجة ارتفاع الأسعار, أدى ذلك إلى إحباط وغضب المستهلك.
- عدم توافر المعلومات الكافية عن خصائص الخدمات وأسعارها.
- ظهور مشكلة المستهلك منخفض الدخل, ومعاناته من الغش والمغالاة في الأسعار وانخفاض الجودة وذلك: لعدم إدراكه لأهمية حمايته، وانخفاض مستوى تعليمه وخبرته وعدم وعيه بحقوقه.
- تغيير النظرة القانونية والسياسية لموضوع الحماية، وقبول الحكومة التدخل لحماية مصالح المستهلك، واتجاه السياسيين لتأييد حماية المستهلك كوسيلة لكسب المزيد من الأصوات في مجال حماية المستهلك.
- الأضرار النفسية التي يتعرض لها بعض المستهلكين بسبب استخدام بعض السلع والخدمات.
- عدم معرفة العديد من المستهلكين بالجوانب القانونية للنظام التسويقي لكل من السلع والخدمات و التي يمكن اللجوء إليها وقت الضرورة لحمايتهم.

3: المبادئ التوجيهية لحماية المستهلكين:

إن التحرير الكلي للتجارة الخارجية قد يتسبب في وقوع أضرار و تعديات كثيرة على حق المستهلك في شراء بضائع و مواد غير مغشوشة، و غير متعدى عليها بأي شكل من الأشكال، وعلى الحكومات أن تحدد أولوياتها وفقا للظروف الاجتماعية والاقتصادية التي تحقق احتياجات المستهلكين ومصالحهم وفقا للمبادئ التوجيهية الآتية[7]:

3-1: توفير السلامة المادية للمستهلك:

من خلال اعتماد الحكومات والسياسات والنظم القانونية وأنظمة السلامة والمعايير الوطنية والدولية بما يضمن أن تكون المنتجات المصنعة مأمونة أينما وجدت (إثناء التداول التخزين) وإبلاغ المستهلكين المعلومات الهامة المتعلقة بسلامة الاستعمال وان يلتزموا بسحبها والتعويض على المتضرر بالتعويض المناسب في حال وقوع خطر من جراء استعمال هذه المواد.

3-2: تعزيز وحماية المصالح الاقتصادية للمستهلك:

من خلال تنفيذ السياسات الحكومية التي تمكن المستهلك من الحصول على الفائدة المثلى من موارده الاقتصادية وتحقيق المعايير المقبولة للأداء وطرق التوزيع الملائمة والممارسات التجارية العادلة والتسويق، أي اتخاذ السياسات التي تضمن قيام المنتجين والموزعين والبائعين بالتقيد بالمواصفات والمعايير الإلزامية وتحد من الممارسات التجارية التي تلحق الضرر بالمستهلكين وتشجع على المنافسة النزيهة والفعالة والمعاملات العقدية المنصفة .

3-3: ضمان السلامة وجودة السلع الاستهلاكية والخدمات:

وسيتم ذلك بوضع المعايير والمواصفات الإلزامية والطوعية وتشجيع تنفيذها لضمان سلامة وجودة السلع والخدمات وإعادة النظر بها دوريا بما ينسجم مع القواعد الدولية الموضوعة لسلامة الغذاء (دستور الغذاء العالمي) كما انه لابد من بذل الجهود لتوفير البنية التحتية لاختبار واعتماد سلامة وجودة وأداء السلع والخدمات الاستهلاكية الأساسية وبذل الجهود الممكنة لرفع مستوى المعايير الموضوعة بالسرعة الممكنة لتتوافق مع المواصفات والمعايير الدولية .

3-4: تحقيق تسهيل التوزيع للسلع الاستهلاكية والخدمات الأساسية:

يجب أن تقوم الحكومة باعتماد السياسات التي تضمن كفاءة توزيع السلع والخدمات للمستهلكين ويمكن النظر باستخدام إجراءات محددة لضمان عدالة توزيع السلع والخدمات الأساسية عندما يكون التوزيع مهددا بالخطر

مثلا في الأرياف، ويمكن أن تشمل هذه السياسات المساعدة في إنشاء المرافق المناسبة للتخزين والبيع بالتجزئة وتحسين مراقبة الشروط التي تقدم بموجبها السلع والخدمات وخاصة في المناطق الرئيسية وتشجيع الأنشطة التجارية والتعاونية المتعلقة بذلك.

3-5: تشجيع التدابير التي تمكن المستهلكين من الحصول على تعويض:

إن ضمان التدابير القانونية والتنظيمية التي تمكن المستهلك من الحصول على التعويض عند الاقتضاء بحيث تكون منصفة وسريعة التنفيذ وتلبي حاجات المستهلكين من ذوي الدخل المحدود تعتبر من المهام الرئيسية للدولة التي يجب أن تشجعها لحل المنازعات بطريقة عادلة بصرف النظر سواء أكانت الإجراءات رسمية أو طوعية، وهذه يتطلب التعاون مع المستهلك لتعريفه بالإجراءات المتبعة لحل الخلافات التجارية وواجباته في هذه الحالة.

3-6: وضع برامج التثقيف والإعلام:

أن تشجيع وضع برامج إعلامية هادفة لتوعية وإعلام المستهلكين تمكن المستهلك اختيار السلع بشكل واع لحقوقه ومسؤولياته بما يؤمن توفير حاجات الفئات الحساسة من المستهلكين (الأطفال المسنين المهجرين المحرومين الفقراء الأمين... الخ) ويمكن إدخال مثل هذه البرامج في المناهج التعليمية بحيث تشمل مواضيع الصحة والتغذية والوقاية من الأمراض التي تنقلها الأغذية ووسائل غشها ومخاطرها ومنكساتها على البيئة ومتطلبات بطاقة البيان والمقاييس القانونية المعتمدة، كما أن اطلاع قطاع الأعمال التجارية والصناعية على البرامج الملائمة لهم ومشاركتهم بها تعتبر من المتطلبات التي يجب التشجيع لها.

3-7: تدابير خاصة متعلقة بالمواضيع التي تعطى الأولوية للمستهلك:

يجب على الدولة إعطاء الصحة والغذاء وتوفير الماء والدواء الأولوية، كما ان تقييم مبادئ الجودة وشهادة المطابقة في الصناعة وتطبيق المواصفات ووضع المعلومات في بطاقة البيان لأتقل أهمية عن السياسات والخطط المتعلقة بتحديد احتياجات السكان من الغذاء المتوازن والماء الصالح للشرب لجميع فئات المستهلكين، وكذلك توفير الأدوية وترخيص إنتاجها وتوزيعها وتسجيلها بما ينسجم مع الضوابط العالمية.

4: أهم الحقوق التي يتمتع بها المستهلك.

للمستهلك عدة حقوق تلزم المجتمع و الدولة على احترامها و حمايتها و هي[8]:

4-1: حق الأمان :Droit à la sécurité:

أي حق المستهلك في الحماية من السلع والخدمات، وعمليات الإنتاج التي يمكن أن تحدث له أضرارا فيما يتعلق بصحته وسلامته؛ وبتعبير أخر فإن هذا الحق يعني أن المنتج لم يعد يمارس نشاطه الإنتاجي والتسويقي فقط في إطار المساءلة القانونية، بل يضاف إلى ذلك أن أداءه يتم تحت قيد المسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلك[9].

ويعني هذا الحق توفير الحماية والسلامة من السلع والخدمات الضارة التي تسبب خطورة على حياة المستهلك، لذا يجب على المنظمات أن تقوم بفحص واختبار منتجاتها للتأكد من سلامتها من العيوب قبل عرضها في السوق. ولكي تقوم الحكومات بتقييم أدائها في هذا الجانب للتأكد من مدى التزامها بهذا الحق تجاه المستهلكين تضع الأمم المتحدة مجموعة تساؤلات في دليلها الخاص، تتمثل في:

- هل توجد أنظمة ملائمة ومقاييس كافية تضمن للمستهلك الأمان جراء استخدامه لمنتجات وخدمات المنظمات؟
- ما هي التحسينات التي يمكن أن تقوم بها المنظمات لضمان تسلم المستهلك للمنتج في الوقت المحدد وضمان حصوله على المعلومات الكافية حول المنتجات والخدمات؟
- هل تقوم المنظمات باستخدام مقاييس عالمية لضمان المنتج مثل مواصفات ألايزو العالمية؟
- ما هي الضمانات التي تلزم المجهزين بسحب منتجاتهم الخطرة من الأسواق؟ وما هي الضمانات التي تلزم المجهزين بتعويض المستهلكين الذين اشتروا تلك المنتجات؟
- هل تحترم مقاييس الجودة الوطنية والعالمية، وما هي المجالات التي تم تحسينها في هذا المجال؟
- هل يتم تنفيذ مقاييس الأمان بشكل فعال؟
- هل يتم مراجعة المقاييس الوطنية دوريا لتتكيف مع المقاييس العالمية؟

4-2 : حق الحصول على المعلومات:Le droit d'accès à l'information:

للمستهلك الحق في الحصول على المعلومات المتعلقة بالمنتجات التي يرغب في شرائها حتى

تتكون لدى المستهلك صورة كاملة ويكون قادرا على اتخاذ القرار الصائب دون التعرض للغش والتدليس والإعلانات المضللة.
لذلك دعت الأمم المتحدة المنظمات في كافة أنحاء العالم إلى:
- ضرورة التعريف بالمنتج ومواصفاته ومدى خطورته وكيفية استعماله والمواد المصنعة منه.
- تقديم المعلومات الصحيحة والمجانية عن كل ما يتعلق بالمنتجات الموجودة في الأسواق.
- ضرورة تبني برامج لتطوير المعلومات المتاحة للمستهلك بشكل دائم.

ولكي تقوم الحكومات بتقييم مدى التزامها بهذا الحق تجاه المستهلكين تثار مجموعة من التساؤلات:
- هل يتم وضع علامات شاملة على المنتجات تتضمن (الخصائص،الوزن،السعر،تاريخ الإنتاج والنفاد،..الخ) ؟
- ما هو الدور الذي تلعبه الحكومة في تقديم المعلومات التي تهم المستهلك؟ وهل ما قدمته الجهات المعنية في الحكومة كاف وفعال وما هي السبل الكفيلة بتفعيل ذلك الدور؟
- هل الملصقات والبيانات الموجودة على المنتج تلتزم بمعايير الجودة؟
- ما هو موقف الجهات المعنية بحماية المستهلك من الإعلانات المضللة والخادعة؟ وهل هناك عقوبات محددة على مثل تلك الممارسات؟
- ما هي حقيقة المسابقات والهدايا والسحوبات ومدى ارتباطها بشراء المنتجات؟ هل هي صادقة أم أنها مجرد ترويج للمنتجات فقط؟
- هل هناك قوانين تلزم المنتجين بوضع المعلومات المتعلقة بسلامة منتجاتهم؟

3-4: حق سماع رأيه :Le droit d'être entendu:

أي إعطاء المستهلك الحق في إبداء رأيه حول مدى إشباع المنتجات لحاجاته، وباعتبار المستهلك هو الحلقة الأساس في العملية الإنتاجية لذا يجب على المنظمات ان تسعى للحصول على رضا المستهلك وإقامة علاقات طويلة الأمد معه لكسب ولاءه، وذلك من خلال بذل الجهود الحثيثة في تطوير وابتكار المنتجات الحديثة وبما يلبي رغباته.

وتعني **Représentations** وتطلق بعض الأدبيات على هذا الحق حق التمثيل أو المشاركة ضرورة إشراك المستهلك في وضع السياسات التي تهمه وذلك من خلال تسهيل إنشاء منظمات وجمعيات خاصة بحماية المستهلك، وإعطاء الفرص لتلك المنظمات والجمعيات للمشاركة في القرارات المتعلقة بحقوق المستهلك.

ويمكن تحقيق ذلك من خلال الإجابة على الاستفسارات التالية:
- مدى اعتراف الحكومة بالمنظمات التي تهتم بحقوق المستهلكين كممثل شرعي لهم؟ وهل يتم السماح لتلك المنظمات برفع دعاوى قضائية ضد المنظمات التي لا تلتزم بتلك الحقوق؟
- هل تهتم المنظمات الإنتاجية بمسالة الإبداع والابتكار لتقديم ما يطمح إليه المستهلك؟
- هل يتم تمثيل المستهلكين في مجالس الإدارات للمنظمات الإنتاجية والخدمية؟ وهل تؤخذ آرائهم في الاعتبار عند إقرار سياسات المنظمة؟

4-4: حق الاختيار:Le droit au bon choix :

ويضمن هذا الحق حرية المستهلك في اختيار المنتجات التي يرغب الحصول عليها من بين السلع المتعددة وبأسعار تنافسية مع ضمان الجودة. **ولذلك دعت الأمم المتحدة حكومات الدول إلى:**
- معاقبة الشركات الاحتكارية التي تعتمد على الاستغلال وعرض منتجاتها بطرق غير مشروعة.
- يجب ان توفر خدمات ما بعد البيع مثل الصيانة وتوفر قطع الغيار.

وللوقوف على إمكانية تطبيق هذا الحق، **يمكن الإجابة على التساؤلات التالية:**
- ما هي الخيارات المتاحة للمستهلك؟ وهل المنتجات الموجودة في الأسواق تعطي المستهلك فرصة للاختيار؟
- ما هو موقف الحكومة من الممارسات غير المشروعة التي تمارسها بعض المنظمات؟
- هل هناك خطوات محددة متوفرة لمحاربة السياسات الاقتصادية المقيدة؟
- هل توجد ضمانات معقولة على المنتجات المباعة؟
- هل يحصل المستهلك على خدمات ما بعد البيع؟
- ما هي الأسباب وراء التلاعب بالأسعار من وقت لآخر دون وجود مبررات لذلك؟
- هل يتم احترام اهتمامات ورغبات المستهلكين من قبل المنظمات الإنتاجية والخدمية؟

5-4: حق التعويض:Le droit à une indemnisation :

ويضمن هذا الحق للمستهلك حصوله على التعويض العادل في حالة تضرره من السلع والخدمات التي حصل عليها، كالتعويض عن التضليل أو السلع الرديئة أو الخدمات غير المرضية. ويتطلب ذلك توفير الخدمات الأساسية لما بعد البيع والذي يشترط توفير الضمان لمدة معينة، إذ ان ذلك سيعزز من ثقة المستهلك في تعامله مع السوق ويوفر درجة من الاستقرار . **وتعزيزا لهذا الحق دعت الأمم المتحدة الحكومات إلى:**

- العمل على وجود جهات تعنى بالمستهلك، ويستطيع من خلالها الدفاع عن نفسه وعن حقوقه في حالة تعرضه لأي ضرر.
- يجب على المنظمات أن تقوم بحل المشاكل التي تنتج عنها أضرار تمس المستهلك وبطريقة عادلة وتوفر الوقت والجهد.
- إن توفر المنظمات بعض الخدمات التطوعية التي تعمل على التوعية والنصيحة للمستهلكين مثل الرد على استفسارات وشكاوى المستهلكين.

ولمعرفة إلى أي مدى طبق هذا الحق في الواقع العملي، **يمكن الإجابة على التساؤلات التالية:**

- ما مدى فعالية القوانين التي تحدد المسؤولية القانونية للمنظمات تجاه المستهلكين؟
- ما هي العقوبات التي يمكن تطبيقها على المصنعين والموردين للمنتجات الخطرة وغير المطابقة للمواصفات؟
- هل يستطيع المستهلك طلب تعويض من خلال نظام المحاكم؟ وهل هناك جهة جنائية تختص بحل الخلافات أو النظر في تلك القضايا؟
- هل يستطيع المستهلك الحصول على تعويض مناسب من خلال إجراءات إدارية أو قضائية محددة؟ وهل ذلك متاح وسهل المنال؟ وغير مكلف ماديا؟
- هل اتخذت الحكومة خطوات لتوعية المستهلك بحقه في التعويض وآلية الحصول على ذلك الحق؟
- هل تمتلك جمعية حماية المستهلك أو أية جهة تهتم بحقوق المستهلك القدرة على التدخل في حل المشاكل القائمة بين المنتج والمستهلك؟

6-4:حق التثقيف Le droit à l'éducation :

وتحت هذا الحق ينبغي للمستهلك أن يكتسب المهارات والمعارف المطلوبة بما يمكنه من الاختيار بين السلع والخدمات بشكلٍ واعٍ، وبما يجعله مدركا لحقوقه الأساسية ومسئوليته وكيفية استخدامها. **ومن هنا دعت الأمم المتحدة إلى ضرورة القيام بما يلي:**

- توعية المستهلكين بحقوقهم المشروعة من خلال المدارس.
- تقديم برامج تثقيفية خاصة بمحدودي الدخل والدفاع عنهم.
- تنظيم إقامة برامج تثقيفية ودورات تدريبية من خلال المختصين ووسائل الإعلام.
- دعوة المنظمات الإنتاجية للمشاركة في برامج التوعية والتثقيف الخاصة بالمستهلك.

ولمعرفة الوضع الحالي في الاهتمام بهذا الحق، **أوردت الأمم المتحدة في دليلها الخاص بعض التساؤلات:**

- هل تنفذ الحكومات سياسات فعالة لتعليم المستهلك؟ وهل تحث وتشجع المنظمات غير الحكومية للقيام بذلك؟
- هل تعليم المستهلك يتضمن التعليم الرسمي في المناهج والكتب التي تدرس في المدارس والجامعات؟
- هل تغطي برامج تعليم المستهلك:الصحة،أمان المنتج،المعلومات، التشريعات القانونية التي تحمي المستهلك والبيئة؟
- ما مدى فعالية برامج تعليم المستهلك المحلية والوطنية؟ وكيف يمكن تحسينها؟
- هل تروج الحكومة لتعليم المستهلك من خلال أنظمة التعليم غير الرسمية؟

7-4: حق إشباع احتياجاته الأساسية Le droit de satisfaire leurs besoins fondamentaux :

ويؤكد هذا الحق على ضرورة ضمان حصول المستهلك على حاجاته الأساسية التي تتمثل في: الغذاء،الرداء،المسكن،الصحة،الأمن،التعليم،الماء،الطاقة ،التوظيف، والخدمات الأساسية الأخرى. وتشير بعض الدراسات إلى هذا الحق تحت اسم حق الفرصة . أي حق الفرد في الحصول على حاجاته الأساسية والعمل والحياة الكريمة وبدون ضغوط أو تعذيب,[1] **ولتامين هذا الحق طالبت الجمعية العامة للأمم المتحدة بما يلي:**

- تحقيق العدالة وتكافؤ الفرص والمساواة وإتباع سياسات اقتصادية وبرامج اجتماعية فاعلة.
- إعطاء الأولوية لصحة الإنسان وتامين المأكل والمشرب والدواء.

- اعتماد قواعد صحية وضوابط آمنة بالنسبة للمنتجات الغذائية، والعمل على مراقبتها والتفتيش عليها وفحصها دوريا وفق آلية فعالة.

ويمكن للحكومات أن تعرف موقفها من ذلك الحق من خلال التساؤلات التالية:

- هل جماعات المستهلكين ذوي الدخل المحدود يحصلون على الغذاء الضروري، الماء النظيف، الخدمات الصحية،الكهرباء والطاقة...الخ؟.
- في حالة توفر تلك الخدمات الأساسية هل تعرض على المستهلك بأسعار تتوافق مع دخله؟
- هل تقدم قروض عقارية لبناء مساكن لذوي الدخل المحدود؟.

4-8: حق العيش في بيئة صحية: Le droit de vivre dans un environnement sain

ويكفل هذا الحق للمستهلك العيش والعمل في بيئة خالية من المخاطر ولو على الأجل الطويل. **وتعزيزا لهذا الحق طالبت الأمم المتحدة بما يلي:**

- العمل على إيجاد وسن التشريعات الملزمة للحفاظ على البيئة وخاصة بالنسبة لتخزين ونقل المواد الخطرة.
- إلزام المصنعين والمنتجين باتباع نظام الملصقات التحذيرية التي تبين مدى خطورة المنتج وكيفية التصرف في حالة التعرض لخطر ذلك المنتج.
- تعزيز استخدام المنتجات الأمينة بيئيا.

وللوقوف على هذا الحق تطرح التساؤلات التالية:

- هل تشجع السياسات الحكومية على ترشيد الاستهلاك وتقليص الهدر لموارد المجتمع كالمياه والطاقة؟
- هل تضع الدولة برامج رقابية لاستخدام المواد الكيماوية؟
- هل تقوم الدولة بدعم الجهود العالمية للقضاء على استخدام المبيدات الحشرية؟
- هل تعمل الدولة بنظام إعادة التدوير Recycling ؟ وهل حددت الدولة عقوبات ضد من يقومون بزيادة المخلفات؟ ما هي التسهيلات الموجودة لإعادة تدوير المخلفات؟
- ما هي الطرق المتبعة للتخلص من النفايات؟.
- ما هي العقوبات في حالة رمي المخلفات في غير الأماكن المخصصة لها؟.
- ما هي الإجراءات المتبعة لمنع دخول المنتجات الخطرة والفاسدة إلى الأسواق؟.

4-9: حق المقاطعة: les droits de la province

ويقصد به حق المستهلكين في الإجماع على عدم استخدام واقتناء منتجات منظمة معينة إذا ما ثبت عدم احترام تلك المنظمة لرغبات وحقوق المستهلكين, أن ذلك الحق يعني: "حق المستهلك في مقاطعة أي منتج أو شخص أو خدمة لا تتواءم وحاجاته "[2].

وقد تم اعتماد هذا المبدأ بناء على ما طبقه الزعيم الهندي الراحل "غاندي" من مقاطعة للمنتجات البريطانية، و كما هو الحال بالنسبة للمقاطعة العربية المطبقة حاليا للمنتجات الأمريكية ومنتجات العدو الصهيوني نتيجة السياسات التي تنتهجها حكومات تلك المنظمات تجاه القضايا العربية.

وتأسيسا على ما سبق، يمكن القول أن على المنظمات أن تؤمن بتلك الحقوق وان تترجم ذلك الإيمان إلى حماية حقيقية للمستهلك في الواقع العملي ضمن سياساتها وأنشطتها المختلفة، وان تحدد إلى أي مدى أصبحت تراعي وتهتم بتلك الحقوق، والتي تعبر عن مدى احترامها لحقوق الإنسان بشكل عام.

5: أبرز المجالات التي يتم من خلالها الإخلال بحماية المستهلك.

إن الإخلال بحماية المستهلك تتم من خلال عدة مجالات هي[10]:

5–1: الإعلان: وذلك من خلال انتهاج أساليب الخداع في الرسالة الإعلانية لغرض تضليل المستهلك والعمل على إقناعه بشراء منتج ما، وهذا بالتركيز على مختلف أساليب الإغراء المكتوبة في الإعلان، وإثارة التصرفات الانفعالية غير الرشيدة التي تؤثر على أذواق المستهلكين؛ مثلما حدث في فترة التوجه البيعي للتسويق.

في هذا المجال نشرت المديرية العامة لصحة وحماية المستهلك التابعة للجنة الأوروبية دليلا يحوي عشرة توصيات، شددت في ثمانية منها على الخصوص على منع تغليط والقيام بالإشهار الكاذب: كان تتصل مؤسسة بمستهلك ما مدعية أنه تحصل على جائزة، ويتضح فيما بعد أن الغاية كانت فقط إقناعه بتقديم طلبيات، وأعتبر الدليل هذا نموذجا على الإشهار الكاذب[11]. كما مثلت القضايا ذات العلاقة بالإشهار الكاذب (12%) من إجمالي الشكاوى المرفوعة إلى المديرية المعنية(المديرية العامة للمستهلك والمنافسة و قمع الغش) بفرنسا سنة 2006، وشكلت بذلك النسبة الأعلى من إجمالي الشكاوى.[12]

5–2: الضمان: وهو الحق الذي يضمن للمستهلك أداء المنتج، ومستوى هذا الأداء بما يتناسب مع قيمته؛ ومن ثم فإن عدم منح هذا الضمان- وهو ما نراه في حالات كثيرة في الدول المتخلفة- أو عدم استيفائه للشروط الضرورية مثل المدة الكافية للتأكد من عدم ظهور ووجود عيوب، يعتبر وجه من أوجه الإخلال بحماية المستهلك، نظرا لأن مقدم المنتج في هذه الحالة قد تنصل من مسؤوليته تجاه السلعة المباعة أو الخدمة المقدمة.

5–3: التبيين: ونقصد بذلك أن المستهلك يعاني نتيجة لعدم معرفته أو جهله استعمال المنتج المقدم له نظرا لخلو هذا المنتج من وجود البيانات الدالة على كيفية استخدامه، أو بسبب عدم قدرة المستهلك على المعرفة أو الإلمام بكيفية الاستفادة من البيانات إن كانت موجودة؛ يضاف إلى ذلك مشكل الثقة في دقة ما يكتب على غلاف المنتج من بيانات.

5–4: السعر: وهو مشكلة يعاني منها المستهلك ذو الدخل المحدود، وقد استغلت الكثير من المؤسسات قوتها في الأسواق وفرضت أسعار لا تتلاءم مع القدرة الشرائية للمستهلك، وهو ما نلاحظه حاليا خاصة في الدول العربية، حيث هناك مغالاة كبيرة في رفع أسعار السلع والخدمات، تذرعا بالأزمة المالية العالمية؛ وينتج هذا الإخلال بحماية المستهلك عادة عندما تحتكر فئة معينة تسويق السلع والخدمات، الأمر الذي يتيح لها إمكانية فرض أسعار سوقية تفوق الإمكانات المالية للمستهلك؛ كما تندرج طرق البيع بالتقسيط، أو التخفيضات الصورية أحيانا في خانة التحايل على الأسعار.

5–5: التوزيع: يتم الإخلال في هذه الحالة بحماية المستهلك من خلال توزيع المنتجات في أماكن بعيدة عن متناول المستهلك، مما يضطره إلى بذل جهد جسدي ونفسي لإشباع حاجته ورغبته؛ بالإضافة أيضا إلى عدم عرض المنتجات في الوقت المناسب، أو التمييز بين المستهلكين من حيث إمكانية الحصول على الكميات والأصناف الموزعة.

5–6: التعبئة والتغليف: يمكن أن نلحظ الإخلال بمبدأ حماية المستهلك من خلال هذا العنصر باستخدام بعض المواد غير الملائمة صحيا في تغليف المنتجات وخاصة الغذائية منها، أو تستخدم عبوات غير ملائمة للتعبئة كتلك المصنوعة من مواد قابلة للصدأ أو استخدام عبوات غير نظيفة...الخ؛ كل ذلك يكون سببا في الأضرار الناتجة عن ذلك الاستعمال، فبعض مواد العبوات قابلة للتفاعل مع مركبات المواد الغذائية، مما يترتب عنه وجود مواد سامة تضر بصحة المستهلك.

5–7: المقاييس والأوزان: ونقصد بذلك الغش في الأوزان والتلاعب في المقاييس المقررة للمنتجات، فالنقص في الأوزان وفي الأحجام والأطوال يسبب ضررا للمستهلك خاصة عندما تكون الأسعار مرتفعة.

5–8: مواصفات المنتجات: قد يتعمد بعض المنتجين إلى الإخلال بحماية المستهلك عن طريق مواصفات المنتجات من وزن ولون وشكل...الخ، فعدم مطابقة مكونات المادة التي تحتويها العبوة نتيجة لإضافة مواد أخرى عليها يعتبر إخلالا بحماية المستهلك، يضاف إلى ذلك الغش الذي يتعرض له المستهلك من خلال لجوء بعض المنتجين؛ ويدخل أيضا في هذا الإطار تضليل المستهلك من خلال اللجوء إلى استعمال علامات تجارية وهمية مثلما هو الحال في بعض المنتجات الكهرومنزلية، والملابس، ...الخ، حيث يجد المستهلك نفسه أمام علامات تجارية غير حقيقية لمنتجات معروفة في السوق.

5–9: التخزين: يمكن أن نقف على حجم الضرر الذي قد يلحق بالمستهلك في هذه الحالة من خلال التلف والتقادم الذي يعتري المواد بسبب أخطاء التخزين، فقد يحدث الضرر نتيجة لتخزين بعض المنتجات وتركها لفترات طويلة حيث تتجاوز فترة صلاحيتها للاستعمال...الخ؛ حيث يترتب على ذلك وجود حالة عدم التوازن بين القيم والمنافع الاقتصادية التي يحصل المستهلك من المنتجات المتضررة وبين الغرض الذي اشتريت من أجله.

10-5: النقل: يلعب النقل دورا هاما في إشباع الحاجات والرغبات، إلا أنه أحيانا يتسبب في حدوث أضرارا صحية واقتصادية بالمستهلك عندما تستخدم مثلا وسيلة نقل غير ملائمة كأن تكون مخصصة لنقل مادة معينة ولكن توجه لنقل مادة أخرى غير ملائمة لنقلها، مثل تخصيص وسائل نقل لمنتجات غذائية كان قد استعملت في نقل مواد كيماوية قبل ذلك.

وينطبق الشيء نفسه على نقل المواد المجمدة في وسائل نقل لا تتوفر على شروط التبريد، فلا يخفى على أحد مدى حجم الضرر الذي يلحق بالمستهلك في هذه الحالة جراء استعمال هذه المواد بعد تجميدها للمرة الثانية مثلما هو الحال في حالة اللحوم على سبيل المثال.

المحور الثاني:

وضعية حقوق الملكية الفكرية في الدول العربية و تشريعاتها حسب اتفاقية تريبس:

Le deuxième axe:

L'état des droits de propriété intellectuelle dans les pays arabes et à leur législation par l'Accord sur les ADPIC:

1: ما المقصود بحقوق الملكية الفكرية و أنواعها:

إن الدول ذات الصناعات الابتكارية الكثيرة توفر مجموعة من النظم والآليات المشجعة للابتكار و أصحابه، وعلى اعتبار أن تلك الحقوق تخص هؤلاء المبدعين فهي تمثل ملكية خاصة بهم، فقد جاء مصطلح حقوق الملكية الفكرية و التي تعرف على أنها تلك الحقوق المرتبطة بالمجالات التالية[13]:

-براءة الاختراع و تتعلق بالاختراعات.

-حقوق المؤلف و تتعلق بالأعمال الأدبية و الفنية وصولاً للرسومات الهندسية و برامج الحاسب الآلي.

-التصميمات و تختص بالأشكال وتصميمات الدوائر المتكاملة.

-العلامات التجارية و ترتبط بكلمات أو رموز لمنتجات أو خدمات معينة للتعريف عن مصدرها.

-الأسرار التجارية، حيث تقوم على حماية المعلومات السرية غير المفصح عنها والتي لا تتطلب التسجيل.

-حماية أصناف النباتات التي تقدم حقوق معينة في أصناف النبات اعتماداً على المعاهدة الدولية لحماية أصناف النباتات الجديدة.

2 مبادئ و التزامات اتفاقية التريبس:

لقد حوت اتفاقية " تريبس" على ثلاثة و سبعون مادة، حيث تشير المادة الأولى من الاتفاقية إلى أنها تستند إلى أحكام كل من اتفاقية بارن للمصنفات الفنية والأدبية، واتفاقية باريس للملكية الصناعية، واتفاقية روما لحماية المؤدين ومنتجي التسجيلات الصوتية والهيئات الإذاعية ومعاهدة الملكية الفكرية للدوائر المتكاملة.

وعليه، فإن اتفاقية تريبس لا تلغي أيا من الاتفاقيات المذكورة بل تعتبرها مكملة لها، وتحتوي الاتفاقية في جانب منها على الأحكام العامة والمبادئ التي تستند في الأصل إلى اتفاقية القات-GAAT – الأساسية، ويمكن تلخيص هذه المبادئ والالتزامات في مبدأين أساسين هما:

2-1: مبدأ المعاملة الوطنية: ينص اتفاق تريبس على مبدأ المعاملة الوطنية بأن يطبق كل عضو على مواطني سائر الدول الأعضاء الأخرى المعاملة المنصوص عليها في الاتفاقية وذلك وفقا للحقوق المماثلة المنصوص عليها في اتفاقية باريس واتفاقية برن واتفاقية روما ومعاهدة الملكية الفكرية فيما يتصل بالدوائر المتكاملة . ويراعي اتفاق تريبس الاستثناءات الواردة في الاتفاقيات المعنية . ويطبق هذا المبدأ على جميع الحقوق الخاصة بالملكية الصناعية وحق المؤلف . وفيما يتعلق بفناني الأداء ومنتجي التسجيلات الصوتية وهيئات الإذاعة، لا يطبق هذا الالتزام إلا فيما يتعلق بالحقوق المنصوص عليها في هذا الاتفاق (المادة 3). وتستثنى أيضا من هذا المبدأ الإجراءات المنصوص عليها في الاتفاقيات متعددة الأطراف المبرمة تحت رعاية المنظمة العالمية للملكية الفكرية والخاصة باكتساب حقوق الملكية الفكرية أو الحفاظ عليها[14].

2-2: مبدأ الدولة الأولى بالرعاية: في ظل اتفاقيات منظمة التجارة العالمية WTO يتعين على الدول الأعضاء عدم التفرقة في المعاملة بين جميع الدول الأعضاء دون استثناء ،أي لو فرضنا أن دولة ما عضو في

منظمة التجارة العالمية منحت دولة أخرى عضو ميزة تفضيلية معينة، فيتعين عليها تقرير نفس الميزة لجميع الدول الأخرى الأعضاء.

وقد أكدت المادة 4 من اتفاقية " تريبس" هذا المبدأ فنصت على أنه: " فيما يتعلق بحماية الملكية الفكرية فأن أي ميزة أو تفضيل أو امتياز أو حصانة يمنحها بلد عضو للمواطنين أي بلد آخر يجب أن تمنح على الفور ودون أية شروط للمواطنين في جميع البلدان الأخرى..."

3: أدوات الحماية لحقوق الملكية الفكرية حسب اتفاقية تريبس:

لقد حوت اتفاقية تريبس مجموعة من المعايير الأساسية الرامية إلى توفير حقوق الملكية الفكرية في المواد من التاسعة (9) إلى الثالثة و السبعين (73) مع نطاق استخدامها و التي تنحصر في سبعة أنواع للملكية الفكرية، و ذلك في الجزء الثاني و الثالث من الاتفاقية، وقد صنفت هذه الحقوق في مجموعتين رئيسيتين هما حقوق الملكية الأدبية و الفنية، و حقوق الملكية الصناعية.

3–1- حق المؤلف و الحقوق المرتبطة بها – تناولتها اتفاقية تريبس في المواد من 9 إلى 14.

3–2- حقوق الملكية الصناعية: و تخص العناصر الآتية:

- العلامات التجارية تناولتها المواد من 15 إلى21.
- حماية المعلومات السرية "المعلومات غير المصرح بها" تناولتها المادة 39.
- الدوائر المتكاملة، تناولتها المواد من 35 إلى 38.
- الرسوم و النماذج الصناعية، تناولتها المادتان 25 و 26.
- براءات الاختراع، تناولتها المواد من 27 إلى 34، و تعتبر من أبرز أنواع حقوق الملكية لارتباطها بشكل مباشر بالمخترعين.
- المؤشرات الجغرافية، تناولتها المواد من 22 إلى 24.
- الرقابة على الممارسات غير التنافسية في التراخيص التعاقدية، تناولتها المادة 40.

4 : الأسس التشريعية لحقوق الملكية الفكرية في الدول العربية:

إن استجابة الدول العربية لحماية الملكية الفكرية تبدو عالية بالنظر لموجات التشريعات التي تظهر فيها، فإذا كان عقد الخمسينات قد شهد موجة تشريع واسعة في غالبية الدول العربية في حقل حماية براءات الاختراع والعلامات التجارية والتصاميم الصناعية، فان عقدي الثمانينات والتسعينات شهدت موجة واسعة من التدابير التشريعية في حقل حماية حق المؤلف والحقوق المجاورة، كما شهد مطلع التسعينات إقرار قوانين عديدة أو تعديل القوانين القائمة لجهة حماية برامج الحاسوب وقواعد البيانات[15].

و مع ظهور منظمة التجارة العالمية خلال منتصف التسعينات و رغبة العديد من الدول العربية الانضمام إليها، عرفت هذه الأخيرة موجة تشريعية أخرى في ميدان حماية الأسرار التجارية والمؤشرات الجغرافية والدوائر المتكاملة وحماية أصناف النباتات الدقيقة، و يعود سبب ذلك إلى رغبها في التكيف مع متطلبات اتفاقية التريبس، و الاستفادة من الميزات العديدة التي تطرحها هذه الاتفاقية العالمية التي أصبحت المرجع الأول للتجارة العالمية.

الجدول الآتي يبين أبرز القوانين و الاتفاقيات المنظمة لحقوق الملكية الفكرية في الوطن العربي

جدول رقم 1

يبين أهم القوانين و الاتفاقيات المنظمة لحقوق الملكية الفكرية في الوطن العربي

جزء 1: يتناول حقوق المؤلف وبراءات الاختراع والرسوم الصناعية

الدولة	حق المؤلف والحقوق المجاورة	براءات الاختراع	الرسوم والنماذج الصناعية
Aléria الجزائر	القانون رقم 10 لسنة 1997 حل محل القانون رقم 73/14 لسنة 1973	المرسوم 17 لسنة 1997 المعدل لقانون براءات الاختراع رقم 66/54 لسنة 1966	قانون التصاميم (الأمر) رقم 66/86 والمرسوم التنفيذي رقم 66/87 لسنة 1966

Bahreïn البحرين	قانون حق المؤلف رقم 10 لسنة 1993م، المعدل بالأمر الوزاري رقم 1 لسنة 1994	قانون براءات الاختراع والتصاميم لسنة 1955 المعدل بالمرسوم رقم 22 لسنة 1977	قانون براءات الاختراع والتصاميم لسنة 1955 المعدل بالمرسوم رقم 22 لسنة 1977
Djibouti جيبوتي	يطبق القانون الفرنسي 1957/798		
Égypt. مصر	قانون حماية الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 الذي ينظم حقوق المؤلف وبراءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية والدوائر المتكاملة وحماية أصناف النباتات. وقد الغي قانون براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية رقم 132 لسنة 1949م، كما عدل بالقوانين ذوات الأرقام 453 لسنة 1953 و650 لسنة 1955 و46 لسنة 1979 و47 لسنة 1981. الغي في مصر قانون حق المؤلف رقم 354 لسنة 1954 المعدل بالقوانين رقم 14 لسنة 1968 و34 لسنة 1975 و 38 لسنة 1992 و 29 لسنة 1994.		
Gaza فلسطين غزة	قانون حق المؤلف رقم 16 لسنة 1924 كما عدل بقانون رقم 30 لسنة 1934	قانون التصميم وبراءة الاختراع رقم 23 كما عدل بقانون رقم 19 لسنة 1938	
GCC مجلس التعاون لخليجي		نظام براءات الاختراع لسنة 1992	
Iraq العراق	قانون حق المؤلف العثماني لسنة 1906 كما عدل بقانون رقم 3 لسنة 1971	قانون التصميم وبراءة الاختراع رقم 61 لسنة 1935 كما عدل بقانون رقم 65 لسنة 1970	قانون التصميم وبراءة الاختراع رقم 61 لسنة 1935 كما عدل بقانون رقم 65 لسنة 1970
Jordan الأردن	قانون حق المؤلف رقم 22 لسنة 1992 كما عدل بالقانون رقم 14 لسنة 1998 والقانون 29 لسنة 1999	قانون براءات الاختراع رقم 32 لسنة 1999	قانون الرسوم الصناعية والنماذج الصناعية رقم 14 لعام 2000
Kuwait الكويت	قانون حق المؤلف رقم 3 لسنة 1961 كما عدل بقانون رقم 5 لسنة 1999	قانون براءة الاختراع والتصميم رقم 4 لسنة 1962 كما عدل بقانون رقم 4 لسنة 1999	قانون براءة الاختراع والتصميم رقم 4 لسنة 1962 كما عدل بقانون رقم 4 لسنة 1999
Lebanon لبنان	قانون حق المؤلف رقم 2385 لسنة 1924 المعدل بموجب القانون رقم 75 لسنة 1999	قانون التصميم وبراءة الاختراع رقم 2385 لسنة 1924 (كما عدل بموجب مشروع القانون لسنة 1999)	قانون التصميم وبراءة الاختراع رقم 2385 لسنة 1924 (كما عدل بموجب مشروع ال قانون لسنة 1999)
Libye ليبيا	قانون حق المؤلف رقم 9 لسنة 1968 كما عدل بقانون رقم 7 لسنة 1984	قانون براءة الاختراع والتصاميم رقم 8 لسنة 1959	قانون براءة الاختراع والتصاميم رقم 8 لسنة 1959
Mauritanie موريتانيا	OAPI / اتفاق Bangui لسنة 1977 وأنظمة 1982 إلى جانب القانون الفرنسي 57/798 حق مؤلف و68/1 براءات وقانون 1857 علامات تجارية وقانون 1909 رسوم صناعية		
Marco المغرب	قانون حق المؤلف لسنة 1916 كما عدل بقانون رقم 1-69-135 لسنة 1970	قانون براءة الاختراع والتصاميم والعلامة التجارية رقم 23 لسنة 1916 كما عدل بقانون رقم 17 لسنة 1997	قانون براءة الاختراع والتصاميم والعلامة التجارية رقم 23 لسنة 1916 كما عدل بقانون رقم 17 لسنة 1997
Oman عمان	قانون حق المؤلف رقم 2000/37 لسنة 2000	قانون براءة الاختراع رقم 2000/82 لسنة 2000	قانون الرسوم الصناعية والتصاميم رقم 2000/39 لسنة 2000
Qatar قطر	قانون حق المؤلف رقم 25 لسنة	قانون رقم 3 لسنة 1978	

	1995		
Saudia السعودية	قانون حق المؤلف رقم11/M لسنة 1989	قانون براءة الاختراع رقم 38/M لسنة 1989	
Somalie الصومل		قانون العلامة لتجارة وبراءات الاختراع والتصاميم رقم 3 لسنة 1987	قانون العلامة لتجارة وبراءات الاختراع والتصاميم رقم 3 لسنة 1987
Soudan السودان	قانون حق المؤلف رقم 49 لسنة 1974	قانون براءة الاختراع رقم 58 لسنة 1971	قانون التصاميم رقم 18 لسنة 1974
Syrie سوريا		قانون براءة الاختراع والتصاميم رقم 47 لسنة 1946 كما عدل بقانون رقم 28 لسنة 1980	قانون براءة الاختراع والتصاميم رقم 47 لسنة 1946 كما عدل بقانون رقم 28 لسنة 1980
Tunisie تونس	قانون حق المؤلف رقم 36 لسنة 1994	قانون براءة الاختراع رقم 84 في 2000/8/24	قانون التصاميم والنماذج رقم 21 في 2001/2/6
UAE الإمارات	قانون حق المؤلف رقم 40 لسنة 1992	قانون براءة الاختراع والتصاميم رقم 44 لسنة 1992	قانون براءة الاختراع والتصاميم رقم 44 لسنة 1992
West bank الضفة الغربية	قانون حق المؤلف العثماني لسنة 1906 (غير نافذ)	قانون براءة الاختراع والتصاميم رقم 22 لسنة 1953	قانون براءة الاختراع والتصاميم رقم 22 لسنة 1953
Yémen اليمن	قانون حقوق الملكية الفكرية رقم 19 لسنة 1994		

الجزء 2:
العلامات التجارية و الأسرار التجارية والمؤشرات الجغرافية والدوائر المتكاملة وحماية النباتات

الدولة	العلامات التجارية	الأسرار التجارية أو المنافسة غير المشروعة	المؤشرات الجغرافية	الدوائر المتكاملة	النباتات الجديدة
Algérie الجزائر	قانون العلامات لتجارية رقم 66/57 لعام 1966				
Bahreïn البحرين	قانون العلامات التجارية رقم 10 لسنة 1991 المعدل بالأمر الوزاري رقم 12 لسنة 1993				
Djibouti جيبوتي	قانون العلامات التجارية لسنة 1977				
Egypt. مصر	قانون حماية الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 الذي ينظم حقوق المؤلف وبراءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية والدوائر المتكاملة وحماية أصناف النباتات. قانون العلامات التجارية رقم 57 لسنة 1939 المعدل بالقانون رقم 49/143 و353 و 531 لسنة 1953 والقانون 569 لسنة 1954 و 205 لسنة 1956 و59/69				
Gaza فلسطين غزة	قانون العلامة التجارية رقم 35 لسنة 1938 عدل بقانون رقم 37 لسنة 1941				
GCC مجلس التعاون الخليجي	قانون العلامة التجارية لسنة 1987				

Iraq **العراق**	قانون العلامة التجارية رقم 21 لسنة 1957 كما عدل بقانون رقم 214 لسنة 1968				
Jordan **الأردن**	قانون العلامة التجارية رقم 33 لسنة 1952 كما عدل بقانون رقم 34 لسنة 1999	وقانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم 15 لعام 2000	وقانون المؤشرات الجغرافية رقم 8 لسنة 2000	الدوائر المتكاملة لسنة 2000	وقانون حماية الأصناف النباتية رقم 24 لسنة 2000
Kuwait **الكويت**	قانون العلامة التجارية رقم 68 لسنة 1980 كما عدل بقانون رقم 3 لسنة 1999				
Lebanon **لبنان**	قانون العلامة التجارية رقم 2385 لسنة 1924 كما عدل في سنة 1946 والقرار رقم 24 لسنة 1983				
Libye **ليبيا**	قانون العلامة التجارية رقم 40 لسنة 1956				
Mauritanie **موريتانيا**	OAPI / اتفاق bangui لسنة 1977 وأنظمة 1982 إلى جانب القانون الفرنسي 57/798 حق مؤلف و 68/1 براءات وقانون 1857 علامات تجارية وقانون 1909 رسوم صناعية				
Marco **المغرب**	قانون براءة الاختراع والتصاميم والعلامة التجارية رقم 23 لسنة 1916 كما عدل بقانون رقم 17 لسنة 1997				
Oman **عمان**	قانون العلامة التجارية رقم 2000/38 لسنة 2000		قانون حماية المعلومات الجغرافية رقم 2000/40	قانون حماية التصاميم (طبوغرافيا) الدوائر المدمجة رقم 2000/41	
Qatar **قطر**	قانون رقم 3 لسنة 1978				
Saudia **السعودية**	قانون العلامة التجارية رقم 5 لسنة 1984				
Somalie **الصومال**	قانون العلامة لتجارة وبراءات الاختراع والتصاميم رقم 3 لسنة 1987				
Soudan **السودان**	قانون العلامة التجارية رقم 8 لسنة 1969				
Syrie **سوريا**	قانون العلامة التجارية رقم 47 لسنة 1946 كما عدل بقانون رقم 28 لسنة 1980				
Tunisie **تونس**	قانون العلامة التجارية لسنة 1889 كما عدل في سنة 1936			قانون الدوائر المدمجة رقم 20 لعام 2001	قانون حماية التنوع

					النباتي رقم 42 لسنة 1999
UAE الإمارات	قانون العلامة التجارية رقم 37 لسنة 1992				
West bank الضفة الغربية	قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952				

المصدر: يونس عرب، ورقة بحثية البناء القانوني لعصر تقنية المعلومات نظام الملكية الفكرية في الوطن العربي ص23

المحور الثالث:
أهم انعكاسات الحماية الفعالة للحقوق الفكرية على اقتصاديات البلدان العربية
Le troisième axe:
Les implications pour la protection effective des droits de propriété intellectuelle sur les économies des pays arabes

إن التصدي لظاهرة انتهاك حقوق الملكية الفكرية في الدول العربية سيكون لها تأثيرات إيجابية على اقتصادياتها تنحصر أساساً في:

1: ارتفاع حجم الاستثمارات الأجنبية و المحلية:
le développements des investissements étrangers et locaux:

لا أحد ينكر الدور البارز للاستثمارات الأجنبية المباشرة في دفع التنمية الإقتصادية، حيث تشير الدراسات التي ركزت على بحث العلاقة بين حماية حقوق الملكية الفكرية و الاستثمار الأجنبي المباشر إلى أن الحماية القوية للملكية الفكرية في دولة ما قد تشجع الشركات متعددة الجنسيات على القيام بالاستثمار الأجنبي المباشر في هذه الدولة. و قد يبدو تبرير ذلك في أن الحماية القوية للملكية الفكرية تمثل أحد المحددات الهامة لتدفق الاستثمار الأجنبي المباشر [16].

لذلك فإن الحماية الفعالية لحقوق الملكية الفكرية في الدول العربية حتماً ستعود بالنفع من خلال زيادة الاستثمارات الأجنبية المباشرة سيما الدول التي تملك ميزة نسبية في بعض الموارد الإقتصادية كالفوسفات في المغرب[17] و الغاز الطبيعي في الجزائر و قطر، ومادة القطن بمصر...الخ.

2: اندماج اقتصاديات البلدان العربية في الاقتصاد العالمي:
L’intégration de l'économie des pays arabes dans l'économie mondiale

تدرك الشركات المتعددة الجنسيات أن بين أبرز الاستراتيجيات التي تتبعها هي البحث عن الأسواق الجديدة، إذ يمكن أن تكون دفاعية إذا كان الهدف هو الاحتفاظ بحصص من السوق، و يمكن أن تكون هجومية إذا كان الهدف هو تطوير هذه الأسواق. فالشركات متعددة الجنسيات تتبنى أشكالا اندماجية على المستوى العالمي بإقامة العديد من النشاطات الإقتصادية بالتنسيق فيما بينها.

هذه الإستراتيجيات الاقتصادية تقوم بدرجة كبيرة على إنتاج الفكر والإبداع الذي يشكل محل الحماية لقوانين الملكية الفكرية الصناعية و الأدبية. لذلك فمن الصعب على الدول العربية الاندماج في الاقتصاد الدولي دون حماية فعالة لحقوق الملكية الفكرية و محاربة كل أشكال التقليد و الغش التجاري.

3: تشجيع البحث العلمي و الإبداع في الدول العربية:
Encourager la recherche scientifique et l'innovation dans les pays arabes:

إن حرص الدول العربية على حماية الملكية الفكرية سيؤدي إلى تشجيع مساهمة المبدعين في الدول العربية في المجالات الفكرية، الأدبية، الفنية، الموسيقية، السينمائية... الخ . هذه المساهمة ستؤدي إلى خلق جو من الإبداع و الابتكار يعبر فيه كافة أفراد المجتمع عن آرائهم و أفكارهم و مشاعرهم. و هذه العملية تتم عن طريق توفر جو قانوني و بيئة تتميز بوجود قوانين تحمي حقوق الملكية الفكرية و القدرة على تطبيقها تطبيقا عادلا و سليما. و إذا توفر هذا الجو فإنه سيساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية للدول العربية.

إن العلاقة بين حقوق الملكية الفكرية و البحث العلمي و كذا الإبداع الفكري بكل أشكاله في الدول العربية مبنية على أساس علاقة تكاملية بينهم من خلال النقاط التالية:[18]

- تعتبر تشريعات الملكية الفكرية جزءً لا يتجزأ من البيئة الداعمة والمحفزة للبحث العلمي في الدول العربية.
- توفر الملكية الفكرية الحماية المطلوبة لمنتجات المؤسسات البحثية والباحثين وتكون محفزة لهم.
- تمكن حقوق الملكية الفكرية المؤسسات البحثية والباحثين من الحصول على دخل محترم من خلال استثمار نتائج أبحاثهم في الصناعة العربية.
- تسهل وتنظم حقوق الملكية الفكرية انتقال التكنولوجيا بين المؤسسات والدول بسهولة.
- تسهل حقوق الملكية الفكرية إيجاد وتقوية الروابط بين المؤسسات البحثية والقطاع الصناعي.
- توفر الملكية الفكرية حافزا للباحثين والمؤسسات البحثية على الإبداع والاختراع.

إلا أن حجم الإنفاق على البحث العلمي في الدول العربية ما زال لم يبلغ المستوى المرغوب، فعلى سبيل المثال، تشير الإحصائيات إلى أن ما تنفقه إسرائيل على البحث العلمي يفوق ما تنفقه الدول العربية كلها مجتمعةً،

الجدول الآتي يبين حجم الإنفاق المالي على البحث العلمي في بعض الدول العربية مقارنة بإسرائيل:

جدول رقم 4
يتضمن الإنفاق على البحث العلمي في الدول العربية مقارنة بإسرائيل

الدولة	الإنفاق على البحث العلمي – مليون دولار-	مقارنة مع ما ينفق في إسرائيل
مصر -2007-	927.917	10%
الأردن -2004-	60.403	0.6%
الكويت -2005-	111.357	1.2%
المغرب -2006-	761.726	7.4%
السعودية -2007-	273.072	3.0%
السودان -2005-	179.085	2.0%
تونس -2005-	660.607	7.0%
السلطة الفلسطينية	11.5	0.12%
الدول العربية مجتمعة	**4,700.000**	**53%**
إسرائيل-2007-	**8,817.635**	

المصدر: تقرير منظمة اليونسكو لسنة 2008م، حول تطورات العلوم والتكنولوجيا في العالم

4: حماية الإبداع المقروء (الكتب):

Protection de la lecture de la créativité (le livre):

يعاني المبدعون و المفكرون في الدول النامية بصفة عامة، و العالم العربي بصفة خاصة من ضعف الحماية القانونية لأعمالهم الفكرية و الفنية و الأدبية، و يؤدي ذلك إلى العديد من الأضرار كضعف المردود المادي الذي يتحصل عليه هؤلاء المبدعين من إبداعاتهم، مما يدفعهم إلى الابتعاد عن هذه الأعمال أو البحث عن نشاطات أخرى تجلب عائدات مضمونة.

إن قوانين الحماية وإجراءاتها في الدول العربية لم تستطع أن تحد من أعمال القرصنة الفكرية شيئاً يذكر، بل زادت من تفاقمها وتعقدها إلى حد بلغت فيه نسبة المبيعات المقرصنة إلى حجم المبيعات الثقافية 65% للكتاب و 90% للبرامج الإلكترونية..بالإضافة إلى ما كان الغطاء الاجتماعي المشبع بثقافة الاستباحة للحقوق الفكرية يوفره لها من فرص الإغضاء والتستر والتشجيع والترحيب وأفضلية التعامل، هنالك الخبرة المكتسبة لديها، بسبب طول التمرس بإخفاء الجريمة والالتفاف على القوانين والتهرب من مواجهتها وإطالة أمد المحاكمات وتسويفها، يقابلها لدى أصحاب الحقوق من المؤلفين والناشرين إحباط ويأس من جدوى اللجوء إلى المحاكم، فضلاً عن صعوبات الإثبات، والعجز عن ملاحقة جرائم القرصنة، التي غالباً ما تذهب بعيداً عن الأعين؛ إنتاجاً وتخزيناً وتوزيعاً، والغموض في عقود النشر التي غالباً ما تكون شفهية اعتماداً على الثقة القائمة بين المؤلف والناشر، كما يقابلها لدى القضاء ضآلة في التجارب والاجتهادات القضائية، وقلةُ اكتراث ناجمة عن عدم الاقتناع الكافي بالحق الفكري[19].

5: ارتفاع عدد المؤلفات والكتب:

L’augmentation des Nombres de publications et de livres:

للتدليل على عمق المأساة التي يعيشها العالم العربي يكفي أن نشير إلى إن عدد الكتب التي ترجمت إلى العربية في الألف سنة الماضية يقدر بـ 10,000 كتاب وهو يساوي ما تترجمه اسبانيا في سنة واحدة فقط.

الجدول المبين أدناه يوضح عدد الأبحاث التي تم نشرها في الدوريات والمؤتمرات العالمية المحكمة ما بين عامي 1996 وعام 2007. الجدول يبين عدد الأبحاث المنشورة، وعدد الأبحاث المقتبسة ومن ثم العدد الإجمالي لاقتباسات لتلك الأبحاث.إذ تشير الإحصائيات إلى أن كيان صغير كإسرائيل مثلاً احتلت المرتبة 14 بين الدول في الأبحاث المشورة، ونشرت في العشرة سنوات ما بين 1996 و 2007، ما تعداده 138,881 بحثا، وكان هنالك 1,721,735 اقتباساً لتلك الأبحاث، مما يعني أنها أبحاث نوعية من الدرجة الأولى.

جدول رقم: 5

يبين عدد الأبحاث المنشورة و المقتبسة، و عدد الاقتباسات مابين سنة 1996م و2007م

الدولة	عدد الأبحاث المنشورة	عدد الأبحاث المقتبسة	عدد الاقتباسات
الولايات المتحدة	3,916,572	3,731,237	63,589,350
اليابان	1,117,198	1,097,676	10,495,122
المملكة المتحدة	1,114,601	1,032,672	14,946,918
كوريا الجنوبية	272,646	272,646	1,721,735
تركيا	146,970	140,069	674,441
إسرائيل	138,881	134,055	1,773,976
مصر	41,614	41,129	188,598
السعودية	23,810	22,870	109,497
تونس	14,418	14,084	49,929
المغرب	14,209	13,881	65,974
الجزائر	9,371	9,305	31,831
الأردن	9,072	8,978	35,768
الكويت	7,735	7,592	39,035
الإمارات العربية	7,462	7,188	31,980
لبنان	6,357	5,955	35,200
عمان	3,687	3,516	15,092
سوريا	1,845	1,814	10,890
فلسطين	1,042	1,025	4,016
اليمن	642	625	2,688

المرجع: مركز الزيتونة للدراسات و الاستشارات، 19-04-2010،http://www.alzaytouna.net/arabic

أما الدول العربية فقد بلغ مجموع أبحاثها المنشورة حوالي 140,000 أي تقريبا نفس العدد المنشور في إسرائيل، ولكن مع فارق النوعية التي يحددها عدد الاقتباسات لتلك الأبحاث. فقد بلغ مجموع الاقتباسات للأبحاث العربية حوالي 620,000 اقتباس مقابل 1,773,735 اقتباس أي تقريبا حوالي ثلاثة أضعاف الاقتباسات لكل الأبحاث العربية المشورة.

أما بالنسبة للكتب والعناوين المؤلفة فعند الأخذ بعين الاعتبار حجم التأليف في كل المواضيع بما فيها من علمية، وتكنولوجية، وحسب الإحصائيات المتوفرة من منظمة اليونسكو، كان حجم الإنتاج من تلك المؤلفات حوالي 6,866 عنوانا. بينما كان حجم الإنتاج العربي مجتمعا للسنوات المتوفرة لليونسكو.

6: تشجيع الاستثمار المحلي في المجالات الأدبية و المجاورة لها:

Encourager l'investissement local dans les domaines de la littérature et les voisins:

من المعلوم أن انتهاك حقوق المؤلف لا يؤدي فقط إلى تهديد الكتاب و المبدعين، بل ستضر كذلك بوضعية الاستثمارات في مجال صناعة الكتاب و الإنتاج الفني و الأدبي و الموسيقي و السينمائي.و الدليل يظهر عند مقارنة دور النشر في الدول العربية و نظيرتها في الدول الغربية. ففي الدول الغربية نجد أن دور النشر تتسابق للحصول على توقيع عقود مع الأدباء و الكتاب المعروفين بغية نشر كتب أو روايات لازالت في طور الإعداد, حيث أن دار النشر تقوم بمنح الكاتب مبالغ محترمة على شرط أن تحصل على حقوق نشر الرواية أو الكتاب الذي سوف يتم

الانتهاء من وضعه و ذلك بعد أن تدرس السوق و تقدر بأن النشر سوف يكون مربحا لها ولهذا نجد أن الكاتب يقوم بإعداد الكتاب و هو مطمئن البال على مصدر دخله.

في العالم العربي نجد بأن حتى الكتاب أصحاب الأسماء المعروفة لا يحصلون على هكذا فرص لأن دور النشر لا تكون واثقة من أن العمل لن تتم سرقته بمجرد صدور أول نسخة منه حيث يقوم القراصنة ببيعه بسعر أقل و هكذا تتوانى دور النشر و غيرها من المؤسسات العاملة في المجالات الأدبية و الفنية عن استثمار أي مبالغ في هذا المجال. و هذا المثال يمكن القياس عليه في مختلف أوجه الأنشطة الإبداعية المحمية تحت قانون حق المؤلف.
بالنتيجة نجد أن الاستثمار المحلي في هذه الصناعات يتضرر بشكل كبير نتيجة لعدم احترام حقوق الملكية الفكرية. فيها نجد شركات الإنتاج الفني ودور النشر في العالم الغربي قوية وقادرة على النشر والتوزيع نجد أن هكذا شركات ودور نشر في العالم العربي ضعيفة وغير قادرة على التوزيع والنشر الفعال للإنتاج الإبداعي وهذا بالتالي يحرم المجتمع في شكل عام من الاستفادة من هذا الإنتاج، ومن أسباب ذلك ضعف حماية الملكية الفنية والأدبية والحقوق المتصلة بها[20]

7: ضمان حماية فعالة للبرامج الإلكترونية:

L’assurance de la protection effective des logicielles:

لا يقتصر حماية برامج الكمبيوتر فقط على الدول الصناعية باعتبارها دولا رائدة في هذا المجال، و باعتبار أن الدول العربية ليس لديها ما تقدمه و بالتالي لا تحتاج إلى أية حماية، و هذا تصور غير صحيح و غير منطقي. فلا يخفى على أحد أن لكل من الشركات الغربيةو الشركات العربية مصلحة مشتركة في هذه الحماية.

فللشركات الغربية تعتمد على أسواق دولية أكبر وأوسع من التي تعتمد عليها الشركات العربية، وذلك بحكم أن سوق البرمجيات العربية ينحصر فقط في السوق العربية، بينما نجد أن الشركات الأجنبية تملك أسواقا أوسع وأكبر، و على هذا الأساس تستطيع هذه الشركات الكبيرة الدولية تعويض الخسارة التي تلحق بها في سوق لا يوجد فيها حماية فعالة من أسواق أخرى تتوفر على هذه الحماية، بينما لا تستطيع الشركات العربية ذلك في حالة ضعف مستوى الحماية على مستوى أسواقها المحلية. و لهذا، نجد أنه من الصعب تصور تطور شركات تكنولوجية ناشئة في العالم العربي دون توفر الحماية اللازمة لها.

فعلى سبيل المثال، أعلنت شركة "مايكروسوفت" عملاق البرمجيات في العالم من خلال فرعها في الخليج أنها تقدمت بشكاوى جنائية أفضت إلى القيام بخمس حملات تفتيش بالتعاون مع السلطات المعنية في دولة الإمارات العربية المتحدة خلال شهر أكتوبر سنة 2009م. وأسفرت الحملات العديدة التي تم تنفيذها عن مصادرة أقراص برمجيات مزيفة، وعدد من أجهزة الكمبيوتر المحمولة والشخصية المزودة بنسخ غير أصلية من البرمجيات، و على هذا الأساس ومن بين الاستراتيجيات التي تعمل بها للحد من ظاهرة التقليد تواصل "مايكروسوفت" توعية عملائها وشركائها في العالم العربي بالآثار السلبية لقرصنة البرامج على الاقتصاد المحلي، وتعزيز الوعي بالمخاطر التي قد يتعرض لها مستخدمو البرمجيات المزيفة، ومنها التعرض للفيروسات، أو سرقة الهوية الإلكترونية أو معلومات البطاقة الائتمانية[21].

8: المساعدة على الحد من النزيف الفكري للمبدعين:

Aider à réduire la migration des créatifs

رغم الجهود التي تبذلها البلدان العربية في محاربة مشكل هجرة الكفاءات العلمية، إلا أن أغلب الدول العربية لا زالت تعاني من هذا المشكلة، والتي هي في أمس الحاجة إليها من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية. هذه الكفاءات تبحث عن بيئة أخرى تقدر إبداعاتهم و أبحاثهم العلمية، و احترام أفضل تقديرا لما يبذلونه من عطاء، و عن عائد مادي أحسن لتحسين وضعياتهم الاجتماعية . فقيام الدول العربية بحماية إنتاج وأعمال هؤلاء الأشخاص المهاجرين وحماية حقهم في الاستغلال المادي لإنتاجهم يعتبر التزاما معنويا و أخلاقيا لهؤلاء العلماء المبدعين، و هو يمثل أحد الشروط الضرورية لبقائهم في أوطانهم.

إذ تشير الإحصائيات إلى أن هجرة العقول العربية تكلف الدول بلدانها خسائر لا تقل عن 200 مليار دولار، و تعد الدول الغربية الرأسمالية " الرابح الأكبر " من هجرة ما لا يقل عن 450 ألفا من هذه العقول، بسبب أن المجتمعات العربية أصبحت بيئات طاردة للكفاءات العلمية العربية وليست جاذبة أو حاضنة لهذه الكفاءات، الأمر الذي أدى إلى استفحال ظاهرة هجرة العقول والأدمغة العلمية العربية إلى الخارج خاصة إلى بلدان الغرب، وأن 45 % من الطلاب العرب الذين يدرسون في الخارج لا يعودون إلى بلدانهم، وأن 34 % من الأطباء الأكفاء في بريطانيا مثلاً هم من العرب، كما أن هناك نحو 75 % من الكفاءات العلمية العربية مهاجرة بالفعل إلى ثلاث دول تحديدا ه ي أمريكا وبريطانيا وكندا، و تساهم الدول العربية ب 31 % من هجرة الكفاءات من الدول النامية إلى الغرب الرأسمالي بنحو 50% من الأطباء و 23 % من المهندسين و 15% من العلماء النابهين من العالم الثالث[22].

9: تشجيع نقل وتوطين التكنولوجيا:Encourager le transfert de technologie:

تقوم الدول العربية كغيرها من الدول النامية باستيراد و استهلاك ما ينتجه الآخرون من تكنولوجيا و فنون إنتاجية. و تحاول أن تكيف هذه التكنولوجيا مع الظروف المحلية وتوطينها وتطويرها. ولتحقيق ذلك عليها أن توفر شروطا للحماية الفعالة لكافة عناصر الملكية الفكرية والصناعية في البلد المعني، ودون هذه الحماية، لن يقدم مالكي التكنولوجيا على نقلها أو إعطاء تراخيص عليها. كما أنه دون وجود حماية فعالة لن يتمكن الطرف المحلي من توطين التكنولوجيا وتحسينها و ملاءمتها للظروف المحلية. وهنا تثور تطرح مشكلة تدخل هذه الدول بقواعد قانونية آمرة لتنظيم عقود نقل التكنولوجيا بين مالك التكنولوجيا ومستوردها، وذلك باتجاه تحسين المركز التفاوضي للطرف المستورد للتكنولوجيا، وللحد من احتكار مالك التكنولوجيا قدر الإمكان، كل ذلك بهدف توطين التكنولوجيا محلياً.

من المعروف أن هناك مجموعة من القيود التي تتضمنها عقود نقل التكنولوجيا التي تقيد حرية مستورد التكنولوجيا في استخدامها أو تطويرها...الخ وهذه القيود ينظر إليها على أنها معيقة لعملية المنافسة ومنع الاحتكار في الدول الغربية، كما أن التريبس نفسها أعطت الدول حق الرقابة على مثل هذه القيود في المادة 40 منها. وهنا يمكن القول أن الرقابة المثلى من قبل الدول الأقل نمواً على هذه الشروط تكون عن طريق تطبيق قواعد المنافسة ومنع الاحتكار شبه المتفق عليها دولياً وليس عبر التدخل المباشر في الصفقة بموجب قواعد آمرة، أو اشتراط حصول موافقة جهات معينة رسمية على الصفقة، خشيةً من تنفير مصدري التكنولوجيا بهذه الرقابة المباشرة وبكل الأحوال يجب ألا تتعارض الرقابة بشكل غير مقبول مع حقوق مالكي التكنولوجيا المنصوص عنها في التريبس[23]

و ليست كل العربية تملك إمكانات تكنولوجيا جيدة نسبيا، من أجل تدعيم و تعزيز التطور الاقتصادي و تحقيق الرفاهية الاجتماعية و الاقتصادية. و بالتالي فان قدرة تحقيق ذلك يستلزم توفير ظروف الحماية لحقوق الملكية الفكرية لمالكي و مطوري التكنولوجيا أو للحاصلين على تراخيص لاستغلالها.

أما أبرز التكاليف المتوقعة لاتفاقية التريبس على الدول العربية فهي[24]:

- ارتفاع أسعار بعض المنتجات التي تتوفر لها الحماية بموجب هذه الاتفاقية، مثل برامج الحاسب الآلي والأدوية وبعض المدخلات الزراعية والبذور.
- زيادة العبء الرقابي والتكاليف المادية التي تتطلبها عملية إجراء التعديلات في الأنظمة الوطنية وإصدار الأنظمة الجديدة، وما يستوجب ذلك من دعم مادي وبشري للأجهزة المعنية بحماية حقوق الملكية الفكرية.
- مزاحمة الشركات الأجنبية الكبرى للشركات الصناعية المحلية خاصة المتوسطة منها وصغيرة الحجم.

المحور الرابع:
الوضعية التشريعية، و التعدي حقوق الملكية الفكرية في الجزائر وفقاً لاتفاقية تريبس
Axe IV:
La situation législative, et la violation des droits de propriété intellectuelle en Algérie, conformément à l'Accord sur les ADPIC

1: مقاربات تشريعية بين أحكام اتفاقية تريبس، و الأحكام التي جاء بها المشرع الجزائري:

لقد أدخل المشرع الجزائري تعديلات هامة تتماشى و أحكام اتفاقية التريبس، وعليه و رغم حداثة التشريعات الجزائرية لاسيما الأمر المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة الصادر بتاريخ في 6 مارس 1997م، الذي عوض الأمر رقم 73-14 المؤرخ في 3 أبريل سنة 1973م، المتعلق بحقوق المؤلف.

فيما يلي نعرض بعض المقاربات التشريعية بين ما ورد في اتفاقية تريبس من أحكام و مثيلاتها من الأحكام التي نص عليها القانون الجزائري:

1-1: الأحكام المتعلقة بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة لها:

لقد وردت هذه الحقوق في اتفاقية التريبس حسب المواد من 9 إلى 14 كما يلي:

- **المادة التاسعة (9):** هي أحكام توافق تلك الخاصة باتفاقية بارن التي انضمت إليها الجزائر

سنة1997م، والمادة السابعة (7) من الأمر رقم 10/97 المؤرخ في 6 مارس1997م.

- **المادة العاشرة(10)**: توافق أحكام المادة الرابعة(4) والخامسة(5) و الحادية عشر(11)، وذلك بالرجوع للمادة السابعة و العشرون (27) فقرة 2 من الأمر رقم 10/97، فإن المبدأ الضريبي لأي حق خاص تأجير لمنتجي برامج الكمبيوتر والمصنفات السمعية-البصرية، وهذا مكرس ومحفوظ عند المشرع الجزائري بدون تقييد متوقع من اتفاق التريبس.
- **المادة الثالثة عشرة(13)**: تناولتها المواد من 29 إلى 54 من الأمر رقم 10/97 و التي جاءت متوافقة تماماً مع أحكام اتفاقية تريبس.
- **المادة الرابعة عشرة(14)**: تتوافق الفقرات الثلاث لهذه المادة مع أحكام المواد 114،108 و118، أما الفقرتان الخامسة والسادسة من المواد 121، 122 و123 فإنها أحكام متطابقة تماماً عدا تطبيق المادة 18 من اتفاقية بارن المتعلق بحقوق المترجمين أو المنفذين أو منتجي الفوتوغرافية، أما فيما يخص مدة الحماية للفنانين المنفذين ومنتجي الفوتوغرافية، فإن هيئات الإذاعة لها مدة حماية في التشريع الجزائري مأخوذة من الاتفاقيات الدولية والموجودة في اتفاقية التريبس، والمقدرة بخمسين (50) سنة كاملة.
- **المادة الواحدة و الأربعون(41)**: جاءت هذه المادة من اتفاقية التريبس حسب الأمر رقم 10/97 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، حيث تحتوي هذه النصوص على إجراءات ذات طبيعة تفرض احترام حقوق الملكية الفكرية.
- **المواد من 42 إلى 61** : المادتان 42 و43 من اتفاقية تريبس تقابلها في التشريع الجزائري المواد من 32 إلى 39 من قانون الإجراءات المدنية الجزائري، وكذا المادة 143 من الأمر 10/97، أما المواد 44 ،45 و46 من اتفاقية تريبس فتقابلها في التشريع الجزائري وتوافقها المواد 143، 144، 157 و 146 من الأمر رقم 10/97، ولكن المادة 48 تقابلها المادة 41 من القانون الجزائري وذلك في حالة سوء الاستعمال لحقوق المؤلف فإن المحكمة يمكنها بطلب من الطرف المتضرر أن تمنح تعويضات و هذا بإصلاح الحكم المعوض له جراء سوء استعمال الإجراءات، أما المادة 50 وكذا المادة 61 تتوافق مع المواد من 144 إلى 146 ومن 149 إلى 158 من الأمر رقم 10/97، إلا أن المواد 47 وكذا المواد من 1 إلى 60 فهي غير واردة في التشريع الجزائري المنظم لحق المؤلف ولا توجد لها أحكام تقابلها.

2-1: موضوع العلامات والرسومات والنماذج الصناعية وكذا قواعد المنشأ:

إن الجزء الأول المتعلق بالأحكام العامة والمبادئ الأساسية لاتفاقية التريبس والذي تناولته المواد الثمانية الأولى من الاتفاقية، فإن الجزائر انضمت إلى اتفاقية باريس بموجب الأمر رقم 66-48 المؤرخ في 25 فبراير سنة 1966م، وكذا انضمام الجزائر إلى بعض الاتفاقيات المنظمة لعناصر الملكية الفكرية و ذلك بموجب الأمر رقم 10/27 المؤرخ في 22 مارس سنة 1972م، ومن ذلك فإن الجزائر عضو في المعاهدات والاتفاقات التالية:

- اتحاد باريس ومعاهدته المنظمة لعناصر الملكية الصناعية.
- اتفاق مدريد المتعلق بالتسجيل الدولي للعلامات.
- اتفاق نيس للتصنيف الدولي للمنتجات والخدمات
- اتفاق مدريد المتعلق بقمع الإشارات أصل المزورة والمضللة.
- اتفاقية لشبونة المتعلقة بالحماية الدولية لبيانات المصدر.

كما جاء في المرسوم التنفيذي رقم 84-85 المؤرخ 21 أبريل سنة 1984م، الخاص بانضمام الجزائر إلى اتفاقية نيروبي المتعلقة بحماية الرمز الأولمبي.

3-1: الأحكام المتعلقة بالعلامة التجارية:

لقد حاول المشرع الجزائري خلال القوانين التي أصدرها و الخاصة بالعلامة التجارية إلى توفير المعايير المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية فيما يتعلق بالعلامات التجارية والصناعية، وذلك حسب التصنيف الآتي:

- المادتين خمسة عشر(15) و واحد وعشرون(21) من اتفاقية تريبس: المواد الموافقة لها في الأمر رقم 66-54 المؤرخ 19 مارس 1966م، وذلك في مجال التعريفات، وكذا المرسوم 66-63 المؤرخ 26 مارس 1966 المتضمن تطبيق الأمر 66-54 المتضمن الاستعمال اللا مشروط قبل استخدام العلامة لتجارية.

- المادة خمسة عشر(15): المواد التي تقابلها في الأمر رقم 54/66 المادة الأولى والثانية بالإضافة إلى المادة السابعة عشر(17)، وتناول طبيعة المنتجات والخدمات التي لا تخلق عقبات عند التسجيل، مع إلزامية نشر العلامات المسجلة.

- المادة السادسة عشر (16): فقد تناولتها المادة الخامسة (5) الفقرة الأولى والسادسة من الأمر رقم 57/66 المتضمن أحقية مالك في حقوق العلامة التجارية بمجرد تسجيلها، حيث يتمتع بحق متابعة من يقوم بتقليد العلامة أو الغش فيها أو لأي سبب آخر يهدف من ورائه إلى تضليل المستهلك.

أما الاستثناءات الواردة في اتفاقية التريبس فنجد أن المادة الثالثة (3) من الأمر رقم 66-57، قد أوضحت حالات استعمال الاسم المشابه عن طريق التجانس، و اشترط عدم المساس بحقوق مالك العلامة التجارية، بشرط أن لا يؤدي هذا الاستعمال إلى الغموض واللبس لدى المستهلك بهدف تضليله عند الشراء.

- مدة حماية العلامة التجارية: لقد نصت المادة الثامنة عشر(18) من اتفاقية تريبس و المادة العشرون (20) من الأمر رقم 57/66، على أن انقضاء مدة الحماية الدنيا تقدر بسبع (7) سنوات، بينما حددت مدة الحماية العلامة التجارية بـعشر(10) سنوات مع إمكانية تجديدها بشكل غير محدود.

- التصرف في العلامة: لقد حددت المادة الواحدة و العشرون(21) من اتفاقية تريبس حالتين لمنح العلامة التجارية، إما بالترخيص أو التنازل، أما المادتين الرابعة و العشرون (24) والخامسة العشرون (25) من الأمر رقم 57/66، فهما متطابقتان تماماً، بحيث يمكن أن يسلم أو يتصرف في العلامة التجارية سواء بالبيع أو الترخيص دون إلزامية تحويلها من الشركة التي تنسب إليها العلامة.

4-1: الأحكام المتعلقة بالبيانات الجغرافية:

إن المواد الثانية والعشرين (22) إلى الرابعة والعشرين(24) من اتفاقية التريبس جاء بها المشرع الجزائري في الأمر رقم 76-65 المؤرخ في 16 يوليو 1976م و المتعلق بتسميات المنشأ وبيانات المصدر، بحيث يوضح هذا الأمر التدابير التي تهدف إلى منع استعمال المحظور لعلامة أصلية أو استعمالها بشكل يضلل المستهلك بشأن أصل المنتج الحقيقي وبلد منشئه و هذا وفق الملاحظات الآتية:

- المادة الثانية و العشرين(22): إن المادة الأولى (1) و الواحد و العشرين (21) و الثانية و العشرين (22) و الثالثة و العشرين (23) من الأمر رقم 76-65 تتطابق مع المواد 22، 23 و 24 من اتفاقية تريبس فيما يخص التعويضات، وكذا فيما يخص الوسائل القضائية التي تسمح للجهات المهتمة بمنع استعمال العبارات المغشوشة في أصل المنتج، كما أنه يمنع تسجيل علامة ما تحتوي على إشارات جغرافية يمكن وضعها في إطار تطبيق التشريع المتعلق بالعلامات وذلك بتطبيق المادة 4 من الأمر رقم 54/66، كما أن إبطال تسجيل علامة تجارية تتضمن رموز خاصة من أجل غش جمهور المستهلكين حول أصل المنتج، هذا ما جاءت به المادة 22 من الأمر رقم 65/76.

-المادة الثالثة و العشرين(23) : لقد تناولت هذه المادة الحماية الخاصة بالخمور و جميع المواد الكحولية من خلال اتفاقية التريبس، فتقابلها المادتين الواحدة و العشرين(21) و الثامنة و الستين (68) والتي تنص على الوسائل القضائية التي يمكن إتباعها في حالة تضليل المستهلك، أو استعمال أي إشارة جغرافية للخمور التي تأتي من مصدر مجهول، كما نصت المادة الثانية و العشرين (22) من الأمر رقم 57/66 على إمكانية إدعاء العمل بإلغاء تسجيل العلامة لاحتوائها على إشارات موجهة لغش الجمهور حول أصل المنتج.

5-1: الأحكام المتعلقة بالرسوم والنماذج الصناعية:

أما فيما يخص الأحكام المتعلقة بالرسوم و النماذج الصناعية فقد جاءت في اتفاقية التريبس حسب المواد الخامسة و العشرين (25) و السادسة و العشرين (26)، والتي نظمها المشرع الجزائري بموجب الأمر

رقم 66-86 المؤرخ 28 أبريل سنة 1966م، المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، ذلك أن النماذج و الكيفيات الجديدة هي الوحيدة التي تكون موضوع الحماية، ذلك أن الرسوم والنماذج الصناعية التي تتضمن حلول تقنية لا تشكل موضوع الحماية في هذا الإطار بل تحال إلى التشريع المتعلق ببراءات الاختراع، وكما أن الرسوم والنماذج النسيجية من الحماية المتفق عليها وتمنح الحماية المكملة للإبداعات في اللباس الجديد "الموضة" وللزينة "الحلي" و ذلك في إطار التشريع الخاص بحقوق المؤلف وحقوق المجاورة لها عملا بنص المادة 4 فقرة (أ) من الأمر رقم 10/97، هذا كله يتوافق مع ما أوردته المادة 25 من اتفاقية التريبس.

المادة السادسة و العشرون (26): توافق هذه المادة من اتفاقية تريبس كل من المواد الثانية (2) و الثالثة عشر(13) و الثالثة و العشرين (23) و الخامسة و العشرون (25) من الأمر رقم 86/66 فيما يتعلق بالحقوق التي تمنح للأجانب والمحليين على حد سواء، فيمكن للرعايا الأجانب أن ينتدبوا وكيلاً يمثلهم في الجزائر في حالة التعدي على حقوق أي رسم أو نموذج صناعي لهم حق التصرف فيه، و أي تعدي على حقوق صاحب الحق يشكل جنحة تزوير يعاقب عليها من طرف القانون بغرامة وسجن في حالة تكرارها، وتحدد آجل الحماية القانونية للرسوم والنماذج الصناعية بحسب الاتفاقية بعشر (10) سنوات كاملة.

أما فيما يخص اكتساب حقوق الملكية الفكرية و الالتزام بتنفيذها فقد تطرقت لهما اتفاقية تريبس والتشريع الجزائري كما يلي:

6-1: اكتساب حقوق الملكية الفكرية واستمرارها:

لقد تطرقت المادة الثانية و الستون(62) من اتفاقية التريبس و كذا المواد الثالثة عشر (13) إلى المادة عشرين (20) من الأمر المتعلق بالعلامات التجارية والصناعية، إلى جانب المواد من التاسعة(9) إلى السادسة عشر(16) من الأمر المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، و كذا من المادة الثامنة إلى المادة السابعة عشر(17) من الأمر المتعلق بتسميات المنشأ وبيانات المصدر، حيث نجد أن إجراءات اكتساب حقوق الملكية الفكرية تتوافق مع ما جاءت به الاتفاقية في التشريع الجزائري، كما أن القرارات الإدارية المتعلقة باكتساب الحقوق والاحتفاظ بها يمكن أن تكون موضوعاً للطعن إما أمام المحاكم الإدارية أو مجلس الدولة.

أما فيما يخص براءات الاختراع فقد أشارت لها اتفاقية التريبس في الجزء الأول المتعلق بالأحكام العامة والمبادئ الأساسية و ذلك طبقا لنص المادة الثانية(2) من الاتفاقية.

7-1:الالتزام بتنفيذ حقوق الملكية الفكرية:

لاشك أن أهم ما في هذه الاتفاقية هو الالتزام بتوفير الوسائل التي تسمح باحترام هذه الحقوق في إطار الإجراءات والجزاءات المدنية والإدارية الواردة في الاتفاقية، فإن المشرع أوردها في المرسوم التنفيذي المتعلق ببراءات الاختراع في المواد من الواحدة و الثلاثين(31) إلى المادة السادسة و الثلاثين(36) حيث تتميز بالتطابق مع أحكام اتفاقية تريبس، كما أورد جزاءات طبقا للقواعد العامة المكرسة في قانون العقوبات الجزائري.

إن المتتبع لما جاءت به إتفاقية تريبس من أحكام، و ما جاء به المشرع الجزائري يرى أن المنظومة القانونية المنظمة لعناصر الملكية الفكرية في الجزائر تتوافق كثيراً مع مقتضيات أهم الأحكام التي جاءت بها إتفاقية تريبس.

2: أشكال ظاهرة التعدي حقوق الملكية الفكرية في الجزائر:

1-2: ظهور ظاهرة التقليد في الجزائر:

لم تعرف الجزائر ظاهرة انتهاك حقوق الملكية الفكرية قبل التسعينيات، و هذا بسبب احتكار الدولة لممارسة التجارة الخارجية في هذه الفترة، و حتى بداية التسعينات لم يسمح للمزيفين والمقلدين بإنتاج وتسويق منتجاتهم، لذلك فإن الجزائر لم تعرف ظاهرة التقليد خلال هذه الفترة.

ومع نهاية الثمانينات تغير المناخ الاقتصادي بفعل الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت فيها الجزائر والتي تمثلت أساسا في تحرير المؤسسات الاقتصادية ومنحها الاستقلال المالي والإداري، إضافة إلى تحرير قطاع التجارة الخارجية، ورفع احتكار الدولة التصدير والاستيراد.

إن هذا التغير المفاجئ في السياسة الاقتصادية للجزائر، إضافة إلى غياب وسائل قانونية ومؤسساتية و تشريعية فعالة في حينها أدى إلى انتشار ظاهرة التزييف بشكل كبير، حيث استغل المقلدون الثغرات القانونية و التشريعية الخاصة بالملكية الفكرية لتفعيل نشاطهم، بالموازاة مع تدهور القدرة الشرائية للمستهلك الجزائري و قلة الوعي، والتي تجعله يقبل على استهلاك السلع المنخفضة الثمن حتى ولو كانت مقلدة.

أما في الأعوام الأخيرة فقد لوحظ انتشار واسع لظاهرة التقليد، نظراً لتوسع استيراد المنتجات المقلدة و إعطاء حرية أوسع للمتعاملين الاقتصاديين في التجارة الخارجية، مما جعل جميع السلع و المنتجات ليست في منأى عن التعدي عليها بانتهاك حقوقها الفكرية و بيعها بأبخس الأثمان على أنها أصلية بهدف تضليل المستهلك الذي لا يستطيع بمفرده التفرقة بين السلع الأصلية و المقلدة.

2-2: أشكال و صور التقليد في الجزائر:

احتلت الجزائر المرتبة التاسعة عالمياً من حيث حجم البضائع المقلدة، حيث بلغ معدلها 84% العام 2008 من مختلف السلع و البضائع التي تقلد و تستنسخ بدون إذن أصحابها، و التي تأخذ الأشكال التالية[25]:

2-2-1: التـقليـد: والذي يعتبر الأكثر شهرةً من بين أشكال التزييف و يضم ثلاثة أشكال إما:

- شفوي: (Panasoianic , Panasonic)، (Abibas, Adidas) .
- شكلي: قد يأخذ شعاراً أو رسماً مشابها للشعار الأصلي.
- في ترابط الأفكار: (La vache joyeuse) تقليد للعلامة التجارية المعروفة (La vache qui rit)

كما تتمثل في تركيب علامات مقلدة بحيث تكون مشابهة للأصلية على سلع غير تلك التي سجلت بها عند الهيئات المكلفة بتسجيل العلامات في الجزائر.

2-2-2: القرصنــة : ظهرت القرصنة مع ظهور ما أصطلح عليه بالعولمة التجارية، وأخذت عدة أشكال:

أولاً: قرصنة الاسطوانات: هي تصنيع وتوزيع وبيع غير قانوني لنسخ أفلام في شكل أسطوانات رقمية بما فيها: CD-ROM، VCD، DVD، CD، حيث أن نسبة القرصنة بلغت 84 % خلال العامين 2008 و2009، الأمر الذي كبد المصنعين العالميين للبرمجيات خسائر جسيمة، و أن من بين 100 دولار عائدات بيع البرمجيات التي يسوقها للمصنعين العالميين، تقابلها سلع بـ 75 دولار عبارة عن برمجيات مقلدة[26].

ثانياً: قرصنة الفيديو كاسيت: هي طبع وتوزيع للفيديو كاسيت وإيجارها بطريقة غير قانونية، إلا أن هذا النوع يتجه حاليا نحو الزوال في الجزائر بسبب عزوف المستهلكين على استعمال شرطة فيديو، و استبدالها بالأقراص السمعية – البصرية.

ثالثاً: قرصنة الانترنت: هي تحميل أو توزيع مواد غير معتمدة عبر شبكة الانترنت بطرق غير قانونية عن طريق المواقع الإلكترونية، حيث سجلت الجزائر خلال سنة 2009م أكثر من 336 ألف شكوى من طرف مستخدمي شبكات الانترنت تعرضوا إلى القرصنة و الهجمات الالكترونية.

رابعاً: سرقة الإشارة: يتم باستقبال إشارات فضائية دون ترخيص بواسطة فك الشفرات الفضائية، حيث تنتشر هذه الظاهرة في الجزائر بشكل ملفت للانتباه، سيما مع المناسبات الرياضية القارية والعالمية، إذ يلجأ المقرصنون إلى فك شفرة القنوات الفرنسية و العربية على حد سواء، فمثلاً تهافت الجزائريون على محلات متخصصة في شحن أجهزة الاستقبال التلفزيوني ببرامج مقرصنة ساعات من انطلاق فعاليات المونديال الإفريقي 2010، و تأتي بطاقة "أمنية" و"آبرا كادابرا" كأشهر طرق فك الشفرة إلى جانب جهاز ماوربوكس، خاصة مع احتكار حقوق البث لقنوات أجنبية معينة، وغلاء بطاقاتها الذكية، و ضعف القدرة الشرائية لأغلب الجزائريين.

3- الجمارك الجزائرية و دورها في محاربة انتهاك حقوق الملكية الفكرية:

تلعب مصلحة الجمارك دوراً هاماً في محاربة ظاهرة التقليد، إذ أن القانون منح لها صلاحيات واسعة في ذلك، وهنا نجد الأساس القانوني لهذه الصلاحيات هي المادة 22 من قانون الجمارك والتي تنص على ما يلي:

" تحضر عن الاستيراد كل البضائع التي تحمل بيانات مكتوبة على المنتجات نفسها، على الأغلفة، على الصناديق، الأحزمة، الأظرف، الأشرطة أو الملصقات، والتي من شأنها أن توحي بأن البضاعة الآتية من الخارج ذات منشأ جزائري. و تحضر عند الاستيراد مهما كان النظام الجمركي الذي وضعت فيه وتخضع للمصادرة"، وتطبيقا لهذه المادة أصدر وزير المالية القرار المؤرخ في 15 يوليو 2002 المحدد لكيفيات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك والمتعلق باستيراد البضائع المزيفة[27].

كما تعتبر المادة 321 من قانون الجمارك أن مخالفة أحكام المادة 22 من هذا القانون مخالفة من الدرجة الثالثة يعاقب عليها بمصادرة البضائع المتنازع عليها، وهذا بالإضافة إلى منح إدارة الجمارك صلاحيات في مجال مراقبة

مطابقة البضائع للمعايير الدولية، وهذا ما تنص عليه المادة 5 من المرسوم التنظيمي رقم 92- 65 المؤرخ في 12 فبراير 1992 المتعلق بمراقبة مطابقة المواد المنتجة محليا أو المستوردة.

3-1: أنواع الطرق المتبعة من طرف الجمارك الجزائرية في محاربة التقليد:

إن إدارة الجمارك ومن موقعها الإستراتيجي على طول الشريط الحدودي للجزائر، و ضرورة تواجد نقاط مراقبة بنوعيها التجارية و السياحية، تصنف على أنها من بين أهم الهيئات في مجال مكافحة الغش و التقليد وطنياً.

إن إدارة الجمارك وفي إطار عملها في سبيل مكافحة التقليد لها طريقتين للتدخل:

3-1-1: التدخل على أساس عريضة من طرف صاحب الحق الحصري: إن تدخل الجمارك الجزائرية في هذه الحالة لا يكون إلا بعد قيام الشخص الطالب للتدخل بعدة إجراءات هي:

أولاً: تقديم طلب تدخل الجمارك:

بإمكان صاحب العلامة المسجلة أن يتقدم للمديرية العامة للجمارك بعريضة مكتوبة مبيناً أنه مالك العلامة المسجلة أو صاحب حق المؤلف، يدعوها فيه إلى تعليق عملية الجمركة للسلع المحتمل انتهاكها لحقوقه الفكرية، وفقا للفقرة الثانية من المادة الرابعة من قرار وزير المالية المؤرخ في 15 يوليو 2002 المحدد طرق تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك المتصلة باستيراد بضائع مقلدة، يجب أن يتضمن الطلب البيانات الآتية:

- وصف شامل للسلعة للتمكن من معرفتها، مع إعطاء عينة إن أمكن ذلك.
- وثيقة تثبت أن الطالب هو صاحب الحق بالنسبة للسلع محل الطلب، كما يجب على المتقدم بالطلب تقديم جميع المعلومات التي يملكها والتي تسمح للجمارك بقبول الطلب، وهذه المعلومات تتركز أساسا في:
  - مكان تواجد السلع أو مكان توجهها المحتمل،
  - تعريف بالإرساليات والطرود، وتاريخ الإرسال و الإقلاع المحتمل للبضائع،
  - وسائل النقل المستعملة، هوية المستورد، المورد أو المالك...الخ
  - يجب أن تبين العريضة المقدمة للجمارك المدة التي يجب على الجمارك تقديم المساعدة فيها وهذه المدة يمكن تمديدها عن طريق طلب لاحق.

أما عن تدخلات مصالح الجمارك الجزائرية، ففي بيان صدر عنها مع نهاية السنة المالية 2006 و الذي ما زال ساري المفعول، فقد دعت كل المتعاملين الاقتصاديين الحاملين لشهادات العلامات إلى التقرب من مصالحها لإيداع شكاويهم قصد التدخل، بخصوص المنتجات المقلدة و التي أصبحت تشكل خطراً على صحة المستهلكين، و يأتي هذا النداء بعد أن قامت الجمارك باتخاذ إجراءات رقابية صارمة للتحكم في ظاهرة التقليد، حيث بلغ عدد تدخلات مصالح الجمارك تنفيذاً لهذه التعليمة مع نهاية سنة 2009م ما يلي[28]:

- أكثر من 76% من السلع المقلدة التي تم حجزها تنتج في الصين، فيما تمثل البلد الأصلي للسلع الأخرى في كل من تركيا بنسبة 52 ,9 % وفرنسا وبولونيا والنيجر بنسب متساوية 4.76%.

أما بالنسبة للبلدان التي تم استيراد السلع المقلدة منها، فتتصدر الصين القائمة بنسبة تجاوزت 60 %، متبوعة بدولة الإمارات العربية المتحدة بنسبة 28, 14 %، ثم فرنسا وتركيا والنيجر وهونج كونج و مالطا بنسب متساوية أيضاً بلغت 4.76 % كما أكدت أرقام نفس المصدر، بأنه تم خلال سنة 2009، حجز أكثر من:

- 123 ألف منتج خاص بمواد التجميل يحمل علامة "CHANAL"، ما يمثل نسبة 27.34 % من مجموع السلع التي تم حجزها خلال هذه الفترة.
- حجز 1817 قطعة غيار مقلدة تحمل علامات "RENAULT" و "VALIO"، و" TOYOTA"
- بالنسبة للسجائر، فقد تم حجز 40 ألف سيجارة من نوع "Marlboro".
- حجز 8860 منتج من الحنفيات المقلدة، التي تحمل علامة كل من شركة "BCR" و "FLR"
- حجز 30080 منتج كهربائي مقلدة من نوع "باكو."

ثانياً:العناصر الواجب توفرها في الطلب:

يجب أن يتوفر في طلب التدخل العناصر التالية:

- الاسم والعنوان التجاري الرئيسي لكل شخص أو مؤسسة أجنبية متورطة في إنتاج أو توزيع السلع المشبوهة، وسيلة النقل وهوية الناقلين.
- وصف مفصل لهذه السلع والذي يكون بـ: إعطاء عينة من المنتج للعلامة أو حق المؤلف بنفس الصفة التي يظهر بها على مستوى السلع، مكان إنتاج السلع المشبوهة و هوية المنتجين.
- الاسم والعنوان التجاري الرئيسي لكل شخص أو مؤسسة جزائرية مؤهلة لاستعمال حق الملكية الفكرية، مع تبيان التوكيل في حالة ما إذا كان الحائز على الحق ممثل للمالك فقط.

- تحديد الرسم القانوني الذي يغطي النفقات الإدارية المحققة من صرف إدارة الجمارك في مجال توفير المساعدة لصاحب الحق في حماية حقه.

ولكل من يتقدم بعريضة لإدارة الجمارك يلتزم بتعويض الجمارك وكذا المستورد، والمصدر أو مالك السلع عن الخسائر الناتجة عن تعليق جمركة للسلع والتي يتبين فيما بعد أنها غير مقلدة.

ثالثاً: الإجراءات المتخذة من قبل الجمارك:

يقوم مكتب الجمارك الذي تلقى الإشعار بوجود بضاعة مشبوهة بتعليق رفع اليد أو بحجز هذه البضاعة مع الإعلام الفوري للمديرية العامة للجمارك والتي هي بدورها تعلم المتقدم بالطلب وكذا المصرح بالبضاعة، كما يمكن للمديرية العامة للجمارك وبطلب من المعني تقديم: اسم وعنوان المصرح ومستقبل البضاعة إن كان معروفا، وهذا لتمكينه من رفع الدعوى القضائية المناسبة أمام الجهة القضائية المختصة، وكما يمكن مكتب الجمارك المعني أن يسمح للمتقدم بالطلب القيام بتفتيش البضاعة والذي يمكنه الذهاب إلى غاية أخذ عينة من هذه البضاعة.

وللمتقدم بالطلب أجل 10 أيام مفتوحة لرفع دعوى قضائية من أجل حماية حقه، فعند انتهاء هذا الأجل ولم يعلم مكتب الجمارك بأي رفع لدعوى قضائية ولم يتلق أمر باتخاذ الإجراءات التحفظية من السلطات المعنية، فإنه يسمح برفع اليد شرط أن تكون باقي إجراءات وشروط الجمركة قد تمت.

3-1-2: طريقة التدخل المباشر:

في اغلب الأحيان المعالجة الجمركية للمواد المنتهكة تكون بطلبات التدخل التي تحرر من طرف مالك البراءة، لكن يحدث أثناء المراقبة الروتينية لإدارة الجمارك أن تتصادف مع سلع تحمل بعض المؤشرات على أنها مقلدة، على إثر هذا تقوم بإبلاغ صاحب الملكية ليقدم الوثائق الثبوتية على أنه صاحب حقوق الملكية و أنها منتهكة، والمعلومات الضرورية كالاستعانة بخبير تقني بإمكانه الكشف عن السلعة هل هي منتهكة أم لا[29]، ومن هنا بإمكان إدارة الجمارك التدخل مباشرة في حالة وجود شك في سلعة ما بأنها منتهكة دون اللجوء إلى شرطية توفر طلب خطي من طرف صاحب الملكية[30] .

3-2: طلبات التدخل، و نداءات الطوارئ كأساليب لمحاربة التقليد:

3-2-1: عدد طلبات التدخل:

- **سنة 2007**: بلغ عدد الطلبات المسجلة للتدخل خلال هذه السنة خمسة و عشرون طلباًلدى مديرية مكافحة الغش، منها أربعة عشرة طلباً تمت إجابتها بالموافقة، وقد أصدرت المديرية المذكورة كشف إعلان حالة الطوارئ.

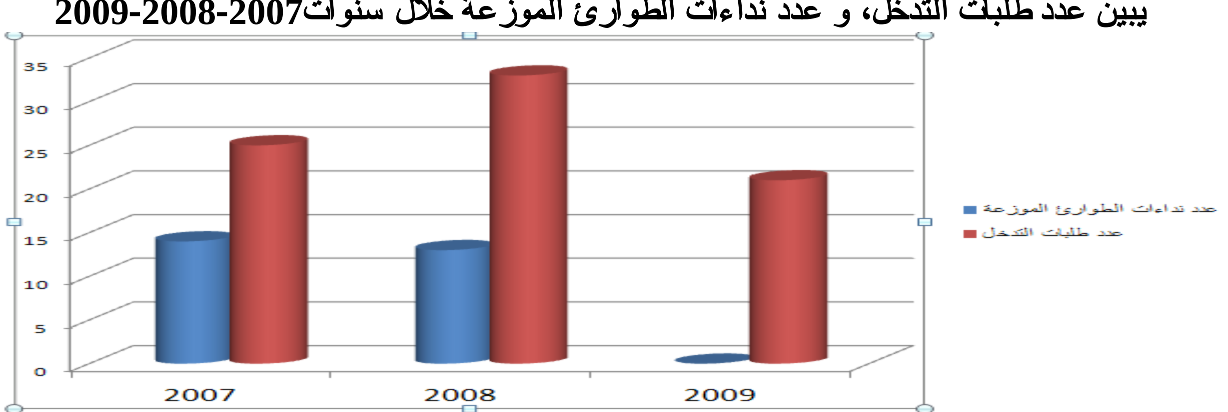
، أما الباقي (أي11 طلباً) ففي حالة انتظار قيد الدراسة و للتحقق من المعلومات المتوفرة.

- سنة 2008: خلال هذه السنة تم تسجيل ثلاثة و ثلاثون طلباً للتدخل لدى مديرية مكافحة الغش، ثلاثة عشر منها تم قبولها وقد أصدرت المديرية كشف إعلان حالة الطوارئ وتوزيعها على كافة نقاط الجمارك في الوطن، أما الباقي فهي قيد الدراسة.

- سنة 2009: خلالها، تم تسجيل واحد و عشرون طلباً للتدخل لدى مديرية مكافحة الغش، و لم يصدر بعد أي إعلان حالة الطوارئ.

رسم بياني رقم 1

يبين عدد طلبات التدخل، و عدد نداءات الطوارئ الموزعة خلال سنوات2007-2008-2009



المصدر: إعداد الباحث استنادا لمعطيات المديرية العامة للجمارك الجزائرية– جانفي2010م.

2-2-3: نداءات الطوارئ

أما فيما يخص عدد إعلانات الطوارئ الموزعة سنة 2009م، من قبل الجمارك الجزائرية فقد بلغت 14 بلاغاً موزعة كما يلي:

جدول رقم 8

نداءات الطوارئ المرسلة من طرف المديرية العامة للجمارك خلال سنة 2009م.

رقم المرجع	نوعية السلعة	المؤسسة المالكة للحقوق
2009/3	مغلفات مواد التطهير المنزلي- ماء جافيل- من نوع-ENAD-	المؤسسة الوطنية لمواد التطهير ENAD
2009/13	مسخنات الماء من نوع الشعلة الزرقاء	FLAMME BLEUE
2009/14	مواد التجميل من نوع"Bellissila"	EPA-SHYMECA-SPA
2009/15	شاي أخضر من نوع " الخيمة"	ROBERT PINCHOU
2009/26	موازين	ZENATI ELECTRONICS
2009/26	صابون من نوع Fax	SARL-FAX
2009/39	قطع غيار من نوع Peugeot et Citroën	PEUGEOT + CITROEN
2009/40	أقفال من نوع Soficlef	SOFICLEF
2009/43	معدات كهربائية من نوع GARDY	Schnider Electric Finance.S.A
2009/44	حنفيات صحية و صناعية من نوع " FLR"	SARL-FLR
2009/45	صمام من نوع Betexco	EURL-SOMOBTAP
2009/46	آلات كهرو منزلية من نوع "BRAUN" و "SILK"	Braud et Silk-Epil
2009/47	أحذية و ملابس رياضية تحمل شعار Adidas	Adidas
2009/48	أحذية و ملابس رياضية تحمل شعار Reebok	Reebok

المصدر: المديرية العامة للجمارك- www.douane.gov.dz

3-3: منشأ و مصدر السلع المقلدة الموجهة نحو الجزائر:

تبين الإحصائيات أن هناك دولاً منتجة للمواد المقلدة و هي الدول التي تعتبر دول المنشأ للمواد المقلدة، و أخرى مصدرة لها، بحيث أن الأولى تقوم بتحويل المواد المقلدة إلى دول أخرى مصدرة لها إلى الدول المستهدفة و التي ليست بالضرورة أنها مستهلكة لها، بل تعتبر دول عبور للمواد المقلدة، و أن الدول المصدرة تبقى نفسها تقريباً خلال السنوات الأربع الأخيرة، ما يدل على تركيز بعض الدول على الجزائر كأهم سوق إقليمية مستهلكة للمنتجات المقلدة.

فيما يلي سوف نرى تدخلات مصالح الجمارك الجزائرية لمحاربة هذه الظاهرة، والملفات التي فصل فيها نهائياً من طرف العدالة، و كذا الملفات التي لم يفصل فيها بعد خلال الفترة من 2006م إلى 2009م، مع تحديد منشأ و مصدر السلع المقلدة الموجهة للجزائر حسب المنتجات المحتجزة من قبل الجمارك الجزائرية.

3-3-1: خلال سنة 2006م:

من بين أربعة و أربعون (44) عمليةٍ تدخل لمصالح الجمارك، تسعة عشر(19) ملفاً تم تسويته، أما باقي الملفات فهي موجودة على مستوى العدالة باستثناء قضية واحدة سويت خلال هذه السنة و أقفلت بشكل نهائي، و تم التحفظ عليها مع إصدار أمر من العدالة بإتلاف جميع الكمية المستوردة، و المتعلقة باستيراد شفرات الحلاقة من نوع "BIC".

و تتوزع هذه التدخلات حسب مناطق ميناء الجزائر بتسع (9) تدخلات، مطار الجزائر الدولي بتدخلين(2) ، و وهران بستة (6) تدخلات و تأتي ولاية قسنطينة كأكبر ولاية عرفت تدخلات مصالح الجمارك بمجموع ستة و عشرين (26) تدخلاً بسبب توسطها لمنطقة الشرق الجزائري التي تشهد حركة كبيرة للسلع المقلدة، و في الأخير تأتي ولاية تبسة بتدخل واحد(1).

أما عدد ملفات التقليد الموجودة على مستوى العدالة فتقدر بـأربعة و عشرون ملفاً (24) لا زالت في حالة انتظار.

أولاً: دول المصدر للسلع المقلدة المحتجزة خلال سنة 2006م:

تصدرت الصين خلال هذه السنة دول المصدر للسلع المقلدة الموجهة للجزائر، بنسبة قياسية بلغت 61.29% تليها كل من إيطاليا و فرنسا بنسبة متساوية بلغت 6.45 %أما لبنان والإمارات العربية المتحدة ومصر

وألمانيا فقد بلغت نسبتها 3.22% و كانت أضعف نسبة بلغت 2.86% من نصيب كل من المملكة المتحدة وكوريا الجنوبية و تايوان.

رسم بياني رقم: 2

يبين الدول المصدرة للسلع المقلدة الموجهة إلى الجزائر المحتجزة من قبل الجمارك خلال سنة 2006م



المصدر: إعداد الباحث استنادا لمعطيات المديرية العامة للجمارك الجزائرية– جانفي2007م.

ثانياً: دول المنشأ للسلع المقلدة المحتجزة خلال سنة 2006م:

تصدرت كذلك جمهورية الصين خلال هذه السنة دول المنشأ للسلع المقلدة الموجهة للجزائر، بنسبة بلغت 41.93% تليها دولة الإمارات العربية بنسبة 32.25% أما نصيب إيطاليا فقد بلغ نسبة 6.4 % أنا باقي الدول و هي تايوان و لبنان و هونج كونج و فرنسا و النيجر و مالي فقد تقاسمت نسبة 3.22% و هي أضعف نسبة خلال هذه السنة.

جدول رقم:3

يبين دول المنشأ للسلع المقلدة الموجهة إلى الجزائر المحتجزة من قبل الجمارك خلال سنة 2006م-%-



المصدر: إعداد الباحث استنادا لمعطيات المديرية العامة للجمارك الجزائرية– جانفي2007م.

2-3-3: خلال سنة 2007:

من بين واحد و خمسون (51) تدخلاً لمصالح الجمارك، أربعة عشرة(14) ملفاً تم تسويته بشكل نهائي، أما باقي الملفات فهي موجودة على مستوى العدالة.

و تتوزع هذه التدخلات حسب مناطق ميناء الجزائر بستة (6) تدخلات، مطار الجزائر الدولي بواحد و عشرين(21) تدخلاً، و وهران بثلاثة (3) تدخلات، و لسنتين على التوالي تأتي ولاية قسنطينة كأكبر ولاية عرفت تدخلات مصالح الجمارك بمجموع بواحد وعشرين (21) تدخلاً.

أولاً: دول المصدر للسلع المقلدة المحتجزة خلال سنة 2007م:

خلال هذه السنة حافظت الصين خلال هذه السنة على مرتبتها كأكبر دولة تعتبر كمصدر للسلع المقلدة الموجهة للجزائر، بنسبة بلغت 45.71% تليها فرنسا بنسبة بلغت 14.29 %ثم ألمانيا بنسبة 11.43% أما دولة الإمارات فقد بلغت نسبتها 8.57% أما اليابان فقد كانت أضعف نسبة من نصيبها و هي 2.71%.

رسم بياني رقم: 4

يبين الدول المصدرة للسلع المقلدة الموجهة إلى الجزائر المحتجزة من قبل الجمارك خلال سنة2007 م



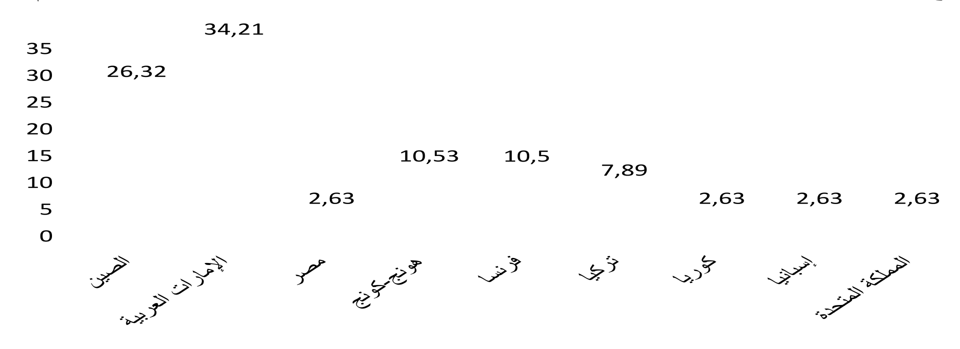
المصدر: إعداد الباحث استنادا لمعطيات المديرية العامة للجمارك الجزائرية– جانفي2008م.

ثانياً: دول المنشأ للسلع المقلدة المحتجزة خلال سنة 2007م:

خلال هذه السنة تصدرت دولة الإمارات القائمة بنسبة بلغت 34.21% تليها الصين بنسبة 26.32% أما فرنسا و هونج كونج فقد كان نصيبهما 10.53% بالتساوي، و دخلت خلال هذه السنة دولة منشأ لم تكن معروفة من قبل و هي تركيا بنسبة بلغت 7.89% و تقاسمت كل من مصر و كوريا الجنوبية و اسبانيا و المملكة المتحدة النسبة الباقية ب2.63%.

رسم بياني رقم:5

يبين دول المنشأ للسلع المقلدة الموجهة إلى الجزائر المحتجزة من قبل الجمارك خلال سنة 2007م -%-



المصدر: إعداد الباحث استنادا لمعطيات المديرية العامة للجمارك الجزائرية– جانفي2008م.

3–3–3: خلال سنة 2008م:

خلال هذه السنة سجلت مصالح الجمارك تسعة و عشرون (29) تدخلاً، أربعة عشرة(14) ملفاً تم تسويته بشكل نهائي، أما باقي الملفات فهي موجودة على مستوى العدالة.

و تتوزع هذه التدخلات حسب مناطق ميناء الجزائر سبع (7) تدخلات، مطار الجزائر الدولي (10) تدخلات، و تأتي منطقة قسنطينة كأكبر ولاية عرفت تدخلات مصالح الجمارك بمجموع اثنتي عشرة (12) تدخلاً.

أولاً: دول المصدر للسلع المقلدة المحتجزة خلال سنة 2008م:

عادت الصين لتتصدر قائمة دول المصدر للسلع المقلدة حيث بلغت نسبة 64.28% و هي نسبة قياسية خلال فترة الدراسة المقدرة بأربع سنوات، تليها إيطاليا بنسبة 14.28 %، و تقاسمت كل من فرنسا و هونج كونج و ماليزيا باقي النسبة التي بلغت 7.69%.

رسم بياني رقم:6

يبين الدول المصدرة للسلع المقلدة الموجهة إلى الجزائر المحتجزة من قبل الجمارك خلال سنة 2008م



المصدر: إعداد الباحث استنادا لمعطيات المديرية العامة للجمارك الجزائرية– جانفي2009م.

ثانياً: دول المنشأ للسلع المقلدة المحتجزة خلال سنة 2008م: تصدرت كذلك جمهورية الصين خلال هذه السنة دول المنشأ للسلع المقلدة الموجهة للجزائر، بنسبة بلغت 35.71% تليها كلا من إيطاليا و دولة الإمارات العربية مناصفةً بنسبة 14.28% أما باقي الدول وهي إيطاليا و هونج كونج و فرنسا و أندونسيا و قبرص و كوريا الجنوبية النيجر فقد تقاسمت باقي النسبة و المقدرة ب 7.14%.

رسم بياني رقم 7

يبين دول المنشأ للسلع المقلدة الموجهة إلى الجزائر المحتجزة من قبل الجمارك خلال سنة 2008م- %-



المصدر: إعداد الباحث استنادا لمعطيات المديرية العامة للجمارك الجزائرية– جانفي2009م.

3-3-4: خلال سنة 2009م:

أولاً: دول المصدر للسلع المقلدة المحتجزة خلال سنة 2009م:

خلال هذه السنة حافظت الصين كذلك على تصدرها لقائمة دول المصدر للسلع المقلدة الموجهة للجزائر حيث بلغت رقماً قياسياً جديداً بلغ 76.19% تليها تركيا بنسبة 9.52% أما بولونيا و التي دخلت القائمة لأول مرة و فرنسا و النيجر فقد بلغت نسبهم 4.76% مناصفةً.

رسم بياني رقم:8

يبين الدول المصدرة للسلع المقلدة الموجهة إلى الجزائر المحتجزة من قبل الجمارك خلال سنة 2009م



المصدر: إعداد الباحث استنادا لمعطيات المديرية العامة للجمارك الجزائرية– جانفي2010م.

ثانياً: دول المنشأ للسلع المقلدة المحتجزة خلال سنة 2009م:

خلال هذه السنة تصدرت كذلك جمهورية الصين القائمة حيث بلغت نسبتها 61.9% تليها دولة الإمارات العربية بنسبة 14.28% أما باقي الدول و هي هونج كونج و فرنسا و النيجر و مالطا و تركيا فقد تقاسمت نسبة 4.76%.

رسم بياني رقم:9

يبين دول المنشأ للسلع المقلدة الموجهة إلى الجزائر المحتجزة من قبل الجمارك خلال سنة 2009م- %-

70
60
50
40
30
20
10
0
61,9
14,28
4,7
4,76
4,76
4,76
4,76
الصين
الإمارات العربية
هونج-كونج
فرنسا
النيجر
مالطا
تركيا

المصدر: إعداد الباحث استنادا لمعطيات المديرية العامة للجمارك الجزائرية– جانفي2010م.

كما نلاحظ أن عدد تدخلات مصالح الجمارك في تناقص سنة بعد سنة، و هذا راجع إلى فعالية الإجراءات و التشريعات التي قامت المديرية العامة للجمارك بتطبيقها خلال السنوات الأخيرة.

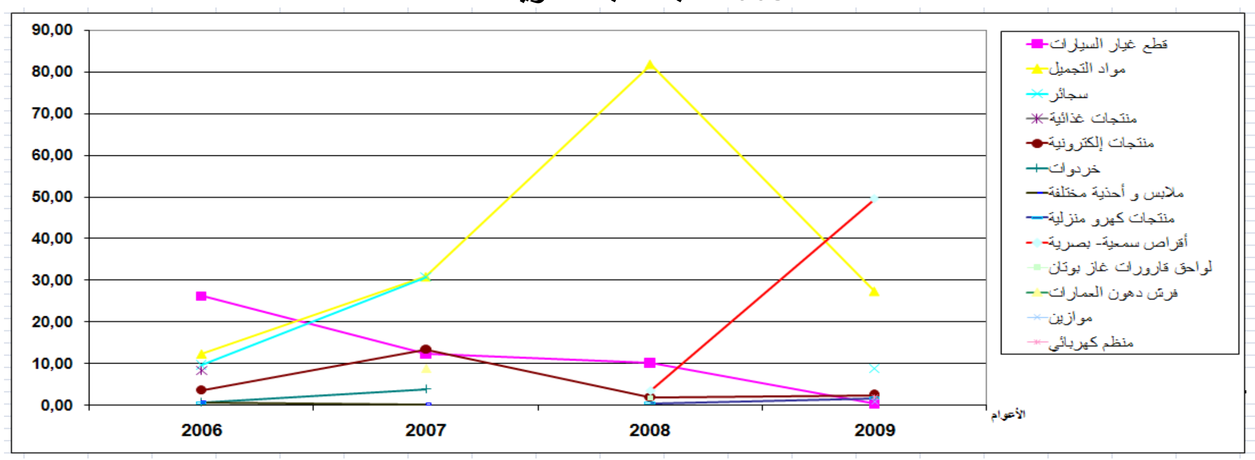
4-3: نوع وطبيعة المواد المقلدة المحتجزة من قبل مصالح الجمارك:

لقد تعددت المواد المقلدة المحتجزة من طرف فرق الجمارك الجزائرية حسب طبيعتها، و اتساع استعمالها، من الملابس الرياضية إلى مواد التجميل إلى المواد الغذائية، إلى الموازين و السجائر صولاً إلى مخفضات الضغط

الغازي " Détendeur". إلا أن قطع غيار السيارات تبقى الأكثر تعرضاً للتقليد سيما خلال سنة 2006م، بسبب رواج هذه التجارة و تنوعها.

الجدول الآتي يبين كمية المواد المقلدة المحتجزة من طرف الجمارك الجزائرية خلال الفترة 2006م-2009م.

الرسم البياني رقم: 10
يتضمن كمية المواد المقلدة المحتجزة من طرف الجمارك الجزائرية لأربع سنوات متتالية 2006-2009، "بالنسب المئوية"



المصدر: إعداد الباحث استنادا لمعطيات المديرية العامة للجمارك الجزائرية– جانفي2010م.

من خلال الرسم البياني يمكن تحليل النتائج كما يلي:

3-4-1: قطع غيار السيارات:

تتصدر قطع غيار السيارات قائمة المواد المقلدة بسبب رواج هذه السلعة، و كثرة مستهلكيها نظراً للعدد الهائل من للسيارات و العربات، حيث تقدر هذه الأخيرة بـ 5.7 مليون سيارة تسير في الجزائر حتى نهاية سنة 2009م، حيث بلغت نسبة قطع الغيار المقلدة 62.19 % خلال سنة 2006م، وهي نسبة كبيرة جداً مقارنة بباقي المواد الأخرى، إلا أن هذه النسبة تراجعت سنة بعد أخرى لتبلغ 12.25%، ثم 10.24 %، فـ 0.4 % لسنوات 2007، 2008 و 2009 على التوالي، وذلك بسبب منع الحكومة لاستزاد هذه السلعة من غير البلدان التي فيها شركات منتجة لقطع الغيار الأصلية، و كذا تشديد الرقابة عليها في النقاط الحدودية، و أشهر القطع المنتهكة تخص شركتي **Peugeot et Citroën**[31].

وقد بلغت واردات قطع غيار السيارات خلال سنة 2008 حجما قدّر بـ 256 44 طن بقيمة 291 مليون دولار أمريكي، فيما قدر حجم القطع المحجوزة خلال سنة 2008م بـ: 1316 طن بقيمة 5.6 مليون دولار[32].

3-4-2: مواد الزينة والتجميل:

بلغت مواد الزينة و التجميل المقلدة المحتجزة من قبل الجمارك نسبة 14.29% سنة 2006م، إلا أنها وعكس النوع الأول عرفت زيادة لسنتين متتاليتين 2007م و 2008م بنسبة 30.86% و 81.85% على التوالي، و نمت بشكل عكسي مع النوع الأول، إلا أن الكميات المحجوزة سنة 2008م بلغت رقماً قياسياً لم يعرف من قبل، و قد عادت إلى الانخفاض سنة 2009م لتصبح في حدود 27.34 %، و تعد العلامتين التجاريتين "Bellissila"، "Fax" من أشهر الماركات المنتهكة[33].

و حسب تقارير أعدتها مكاتب مراقبة النوعية لمنتجات شركات عالمية تروج لمنتجاتها في الجزائر أظهرت تفاقم ظاهرة التقليد والتزييف الذي طال ماركاتها العالمية في السوق الجزائرية خاصة مواد التجميل، حيث يشير التقرير على سبيل المثال إلى وجود 69 طنا من الماكياج المغشوش متداولة في السوق الجزائرية سنة 2009م، يحتوي على مواد خطيرة في مقدمتها ارتفاع نسبة الرصاص، بل أن جزءا كبيرا منها مصنوع من مادة الطباشير والطلاء الموجه لمواد البناء إلى جانب استبدال مكونات أساسية غالية الثمن بأخرى رخيصة وسامة على غرار مادة الكحول[34].

3-4-3 السجائر:

لم تسلم السجائر من التقليد هي الأخرى، حيث بلغت سنة 2006م ما يقارب 9.62 %، أما سنة 2007م فقد ارتفعت بثلاثة أضعاف، لتصل إلى حدود 30.68%، أما سنة 2008م لم يتم حجز أي منتج من مادة التبغ و السجائر، لتعود في سنة 2009م، لتبلغ نسبة 8.87 %، فإذا أخذنا مادة "الشمة"[35] مثلاً، فهي تتميز بخطورتها على صحة المستهلك الذي يجد نفسه يستهلك فضلات الحيوانات وزيوت السيارات، و الزجاج، التي يتم طحنها ومزجها مع أوراق التبغ بوسائل تقليدية تفتقد لأبسط وسائل النظافة، ثم يعلب هذا المنتج المغشوش في أكياس مقلّدة، ويتم طبعها دون تواريخ، ليتمكن المقلدون من مطابقة الصيغة المعتمدة لدى المؤسسة الوطنية للتبغ والكبريت التي تعمد في كل مرة لتغيير رموزها[36].

3-4-4: مواد غذائية:

اقتصرت الكميات المحجوزة من المواد الغذائية على سنة واحدة فقط هي سنة 2006م، بنسبة بلغت 8.36 %، و هذا راجع لطبيعة هذه المواد بسبب حساسيتها و سرعة تلفها، و تأثرها بالمتغيرات الجوية، لذلك فإن المقلدون لا يحبذون المخاطرة بهذا النوع من السلع المقلدة، و اشهر الماركات انتهاكا الشاي الخضر الذي يحمل علامة " ألخيمة المملوكة[37] ROBERT PINCHOU.

3-4-5 منتجات إلكترونية:

عرفت المنتجات الإلكترونية المقلدة التي صودرت خلال الأربع سنوات الأخيرة تغيرات من سنة إلى أخرى، حيث كانت نسبة المنتجات المصادرة 3.61%، خلال سنة 2006م، لترتفع في سنة 2007م، إلى 13.45%، وهي نسبة تعد مرتفعة مقارنة بباقي المواد الأخرى، و نظراً لتشديد الرقابة في نقاط العبور عادت لتتراجع إلى ما نسبته 1.95%، و هي أدنى نسبة سجلت خلال هذه الفترة، أما سنة 2009م، فقد بلغت المواد المقلدة المحتجزة من السلع الإلكترونية 2.53%.

و تتركز أساساً هذه المنتجات من الهواتف المحمولة و التي تقلد عليها علامات تجارية كبيرة في عالم المحمول مثل Nokia، و Samsung، و لعب الأطفال الإلكترونية مثل Paye station، و أجهزة MP3.

3-4-6 خردوات:

أما بالنسبة للخردوات فقد حجزت فقط خلال سنتي 2006م و2007م، بنسب 0.73% و 3.77% على التوالي، أما خلال السنتين الآخرين فلم يتم ضبط أي من الخردوات المقلدة[38] و ذلك بسبب صعوبة نقل مثل هذه المواد و ثقل أوزانها، و لعل الأقفال التي تحمل علامة Soficlef أشهر هذه الأنواع تقليداً[39].

3-4-7: ملابس و أحذية مختلفة:

كانت نسبة المواد المقلدة من الملابس و الأحذية المحتجزة محدودة جداً، حيث بلغت خلال سنة 2006م، ما نسبته 0.7%، و في سنة 2007م، بلغت نسبة 0.17%، بينما لم تحتجز مصالح الجمارك أي منتج مقلد خلال السنتين الآخرتين، فيما تركزت المواد المقلدة المحجوزة خاصة على ألبسة الرياضة، و بعض الأحذية التي وضعت عليها ماركات عالمية بغرض تضليل المستهلك، و تعتبر الألبسة الرياضية أكثر أنواع الألبسة تقليداً، و اشهرها Adidas و Reebok.

3-4-8: أدوات و آلات كهرومنزلية:

لم تسلم الأدوات الكهرومنزلية هي الأخرى من التقليد، لكن بنسب ضعيفة نوعاً ما، حيث بلغت سنة 2006م، ما يقارب 0.5%، و كذلك 0.39% و 1.69%، لسنوات 2008م و 2009م على التوالي. بينما لم تعرف سنة 2007م، أي محجوزات من هذه المواد المقلدة[40].

3-4-9: أقراص سمعية-بصرية:

راجت في السنوات الأخيرة تجارة الأقراص السمعية البصرية (Multimédia – DVX)، و هذا ما تبينه نسبة سنة 2009م، حيث بلغت نصف المحجوزات على الإطلاق، و الارتفاع المفاجئ مقارنة مع السنة التي قبلها 2008م، حيث بلغت نسبتها 3.6%، بينما لا توجد محجوزات من هذه السلعة خلال سنتي 2006م، و2007م.

3-4-10: لواحق قارورات غاز البوتان:

تحتكر شركة نفطال المتخصصة في تسويق قارورات غاز البوتان بعض لواحق قاروراته مثل، حافظ ضغط الغاز، و عداداته، بالإضافة إلى الخراطيم المخصصة للتوصيل إلا في سنة 2008م حجزت بعض هذه الأجهزة مقلدة سيما آلة خفض الضغط، و أن الكمية المضبوطة و المقدرة بنسبة 1.75%، كلها مقلدة للعلامة التجارية "نفطال"

3-4-11: فرش دهون العمارات:

تمكنت مصالح الجمارك من حجز ما نسبته 8.84%، من فرش الدهون المخصصة للعمارات خلال سنة 2007م، و هي تخص تقليد علامات تجارية معروفة محلياً في محاولة لتضليل المستهلك، إلا أنه خلال سنوات 2008،2006 و 2009 لم يتم حجز أي نوع من فرش دهون العمارات ما يدل على محدودية هذه السلعة من ناحية التقليد[41].

3-4-12 موازين:

لم تسلم الموازين الخاصة بالتقييس هي الأخرى من التقليد، حيث استهدف المقلدون الموازين التي تعمل بالنابض، بينما لا تلتزم بأدنى شروط التقييس المتعارف علبها دوليا، خاصة في السنة الأخيرة التي وصلت حدود 0.93%، بينما لم تتمكن مصالح الجمارك من ضبطها خلال السنوات الأولى للدراسة.

3-4-13: ضابطات كهربائية Stabilisateur:

كما حجزت الجمارك الجزائرية الضابطات الكهربائية، التي تستعمل في تنظيم وتوزيع الكهرباء، و لكن تعتبر من بين أخطر المواد المقلدة لطبيعة و وظيفتها، حيث سجلت فقط خلال سنة 2009م، لأنها مجال حديث التقليد،أما سنوات 2006، 2007 و 2008 فلم يتم حجز مثل هذه البضائع.

خاتمة و توصيات:

لقد لاحظنا تنوع أوجه التعدي على حقوق الملكية الفكرية الهادفة إلى تضليل المستهلك و التعدي على حقوقه في الحصول على سلع و خدمات أصلية غير مغشوشة من خلال المحافظة على الحقوق الفكرية لأصحابها، فموضوع الحماية الفكرية طرح بشكل جدي خلال ثمانينات القرن الماضي، حيث ارتبط ارتباطاً وثيقاً بقضايا التجارة الخارجية بعد أن ارتفعت واتسعت الفجوة الإبداعية بين الدول الصناعية المنتجة للتكنولوجية و الدول النامية المستهلكة لها، مما دفع بالدول المتقدمة إلى المطالبة بحماية أكبر لتكنولوجياتها من أخطار التقليد و القرصنة و الاستخدام غير المشروع.

إن اتفاقية التربيس و بصفتها أحد أهم الاتفاقيات الحامية لحقوق المستهلكين، و إن كانت على المدى القصير سينتج عنها بعض الآثار السلبية للدول النامية بصفة عامة و الدول العربية بصفة خاصة تتمثل في الاضطرار إلى استخدام المنتجات الأصلية الأعلى سعرا من المنتجات المقلدة، إلا أنه على المدى المتوسط و البعيد سيكون لها بعض الآثار الايجابية تتمثل في تعزيز القدرات الإبداعية و تدعيم الابتكارات، مما سيؤدي إلى اختفاء السلع المقرصنة والمقلدة لتحل محلها السلع الأصلية والمحمية و يزداد نفاذها إلى الأسواق، بالإضافة إلى تشجيع المشروعات الأجنبية على الدخول في مشاريع مشتركة، و في بعض الترتيبات التعاونية لنقل المعرفة و توطين التكنولوجيا على أسس تجارية إلى الوطن العربي. حيث سيرتفع حتماً عدد براءات الاختراع المسجلة محلياً و دولياً و تنافس بذلك كبريات الدول الأجنبية.

كما وقفنا عند وضعية حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة في الجزائر وبعض الدول العربية، من خلال تحليل وضعية التشريعات الجزائرية في مجال محاربة انتهاك الحقوق الإبداعية، و مقارنتها بما جاءت به اتفاقية تريبس، مع التركيز على دور أهم مؤسسة رسمية مكلفة بمحاربة ظاهرة التقليد والقرصنة في الجزائر وهي الجمارك الجزائرية.

كما لاحظنا كذلك، أن المقلدين و قراصنة الإلكترونيات وبرامج الحاسوب يدركون حجم السوق الجزائرية و أهميتها في المنطقة، لذلك يرون فيها سوقاً خصباً لتسويق منتجاتهم المقلدة، و هذا ما يفسر تنوع المنتجات المنتهكة، وكمياتها الضخمة المحتجزة من قبل الجمارك الجزائرية عبر نقاط الرقابة الحدودية، و حتى النقاط الداخلية لم تسلم من هذه الظاهرة، حيث لاحظنا أن الكميات المحتجزة في ولاية داخلية كولاية قسنطينة مثلاً بلغ أرقاماً قياسية لم تبلغه حتى النقاط الحدودية الحساسة للجزائر.

و من هنا، فإن حماية حقوق الملكية الفكرية في الدول العربية عموماً و الجزائر على وجه الخصوص يمكن أن تكون ذات فعالية إذا استفادت من مزايا و نظم و تشريعات حماية حقوق الملكية الفكرية عن طريق الاتفاقيات الدولية، من خلال إتباع الخطوات والتوصيات الآتية:

- **التوصيات:**

1- يجب على الدول العربية أن تعمل على تكوين أطر قادرة على التعامل مع قضايا حماية المستهلك و بالتوازي مع حماية حقوق الملكية الفكرية ذات العلاقة بالتجارة، و العمل على زيادة توعية المستهلكين بخطر هذه المنتجات المقلدة على أموالهم و صحتهم على وجه الخصوص بحقوق الملكية الفكرية،.و تتمثل إحدى وسائل تحقيق هذا الهدف في التوسع في تدريس أساليب و طرق حماية المستهلك و كيفيات التصدي للغش التجاري من خلال إنشاء معاهد متخصصة مع دعم المؤسسات القائمة عليها.

2- تخصيص ميزانيات هامة بغية تشجيع الإنفاق على البحوث العلمية المتعلقة بالصناعات الابتكارية المختلفة و تطويرها، حتي يتمكن المستهلك من التمييز ما بين البضائع الأصلية و المقلدة.

3- يمكن للدول العربية أن تشجع على نقل التقنية من الدول المتطورة بالطرق القانونية التي تراها مناسبة و تحافظ على مصالحها التجارية الداخلية و العمل على توطين هذه التكنولوجية محلياً.

4- العمل على البحث عن وسائل ردع للمقلدين مناسبة لحماية المستهلك من الغش التجاري بأنواعه في الدول العربية، في ظل غياب نظام فعال في الوقت الحالي لحماية حقوق الملكية الفكرية، خاصة ما تعلق باستحداث آلية فعالة تكمن المستهلك العادي من التفرقة بين المنتجات الأصلية و المقلدة.

5- تشجيع دور القطاع الخاص في الدول العربية لتغيير اتجاهات المستهلكين بحثهم لاستخدام المنتجات الأصلية، من خلال تنظيم ملتقيات محلية و جهوية تحت إشراف السلطات العمومية و مختلف أطراف المجتمع المدني لتوعية المستهلكين بالأخطار العديدة للمواد المقلدة، لاسيما الأضرار الصحية منها.

6- يجب على الدول العربية أن تجد آلية فعالة لجعل المنتجات الأصلية أقل تكلفة من المنتجات المقلدة، بحيث يصبح لجوء المستهلك العادي إلى السلع المقلدة غير ذي جدوى.

7- يجب على السلطات العمومية أن تقوم بتأهيل تأهيل و تدريب القائمين على مسائل إنفاذ أحكام الاتفاقية، بما في ذلك قطاعات القضاء، الجمارك، الشرطة والدرك الوطني و تكوينهم بصفة دورية للكشف المبكر عن السلع المقلدة، و تمييزها عن الأصلية.

8- تفعيل الأحكام التشريعية لحقوق الملكية الفكرية، و الأخرى المتعلقة بحماية المستهلك من خلال البحث عن صيغ للترابط التشريعي بين الاتفاقيات الدولية المنظمة لحقوق الملكية الفكرية و القوانين الأخرى الخاصة بالأحكام المدنية و الجنائية.

9- يجب مكافحة نشاط التقليد و النسخ غير المشروع للبرامج في عموم الدول العربية، بالتطبيق الفعال للاتفاقيات الدولية ذات العلاقة بالملكية الفكرية خاصة اتفاقية تريبس، و بالتنسيق مع الدول التي تعتبر كمراكز عبور لهذه السلع و البضائع المغشوشة الهادفة لتضليل المستهلك.

10- التنسيق بين الدول العربية في حماية مجالات الملكية الفكرية، وإيجاد آلية للعمل على تفعيل هذا التنسيق من خلال العمل المشترك للعاملين في هذا المجال، و تفعيل القوانين التي تحمي حقوق الملكية الفكرية خاصة أن الدول العربية تجمعها حدود مشتركة تعتبر ممراً مهماً للمنتجات المقلدة بحكم الموقع الاستراتيجي للعالم العربي بين شرق و غرب الكرة الأرضية.

الهوامش:

1- لسان العرب: 358/10 والمعجم الوجيز: 628.

2- حسين عبد الباسط حميمي ’حماية المستهلك ’ مركز الدراسات القانونية ’ طبعة 1996 ’ص08

3- حمد الله محمد حمد الله ’ حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية ’ طبعة 1997 ’ ص08

4- حسن عبد الباسط جميعى، حماية المستهلك: الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، القاهرة، دار النهضة العربية، 1996.

5- محمود محيى الدين وسحر نصر، "البعد الاقتصادي لحماية المستهلك"، ورقة مقدمة لمنتدى المرأة وحماية المستهلك"، في القاهرة، المجلس القومي للمرأة، 2005م، ص28

6- أحمد إبراهيم عبد الهادي , أمينة مصيلحى سحبل , حماية المستهلك في مجال الخدمات الحكومية (دراسة ميدانية) بالتطبيق على محافظة المنوفية , برعاية جمعية حماية المستهلك , ومقدم للمؤتمر العام الأول لحماية المستهلك , القاهرة , 22:21 أكتوبر 1995م.

7- أحمد السيد طه كردي، إطار مقترح لحماية حقوق المستهلك من مخاطر التجارة الإلكترونية، قسم إدارة الأعمال- جامعة بنها،

جمهورية مصر العربية، 2011م.
8- أحمد السيد طه الكردي، مرجع سبق ذكره، 2011م
9- الدواي الشيخ، ورقة بحثية بعنوان "التحليل آليات حماية المستهلك في ظل الخداع و الغش التسويقي، حالة الجزائر"، 2010م، ص4
10- الدواي الشيخ، مرجع سبق ذكره، ص 7-9
11 - *http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/index_fr.htm*, consulté le : 20/01/2009
12 - http://rfconseil.grouperf.com/depeches/14542.html, consulté le : 20/01/2009
13- مصطفى محمد عز العرب، ورقة بحثية بعنوان، اتفاقية تريبس، آليات الحماية و بعض معارضات الدول النامية، مقدمة في ندوة مستقبل اتفاقية حقوق الملكية الفكرية في ضوء بعض اتجاهات المعارضة على المستوى العالمي، مركز بحوث و التجارة الخارجية، جامعة حلوان، 2001، ص20.
14- وثيقة رقم صادرة عن منظمة التجارة العالمية للملكية الفكرية بعنوان " اتفاق حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة " الأحكام العامة و المبادئ الأساسية، سنة 2009م، ص10
15- المحامي يونس عرب، نظام الملكية الفكرية في الوطن العربي.
16- لمزيد من المعلومات، أنظر:
Pan-Long Tsai, Determinants of Foreign Direct Investment and Its Impact on Economic Growth, Journal of Economic Development, Vol: 19,1994, PP : 137-161.
17- المغرب هو ثالث منتج عالمي للفوسفات وأول مصدر لهذه المادة إذ يتوفر على 75% من الاحتياطي العالمي الذي يتوزع بنسب متفاوتة بين أربع مناطق أساسية وهي :بن جرير و بوكراعو خريبكة و اليوسفية.
18-وثيقة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية رقم WIPO/IP/AMM/07/1- بتاريخ يناير 2007م، بعنوان "دور البحث و التطوير في مجال الملكية الفكرية -المملكة الأردنية الهاشمية، ص رقم 8- بتصرف-
19- محمد عدنان سالم، مقالة بعنوان "واقع النشر في الوطن العربي" دار شباب العصر للمعرفة،2010م
20- ندوة الويبو الوطنية حول حق المؤلف والحقوق المجاورة للمحامين والقضاة، وثيقة رقم WIPO/CR/DAM/05/4 الصادرة بتاريخ /2005/4م.
21- موقع البوابة"http://www.albawaba.com/ar/main على شبكة الانترنت، مقال بعنوان" مايكروسوفت تواصل حملة مكافحة البرمجيات المزيفة" 23 نوفمبر 2009م.
22- تقرير بعنوان "خسائر الدول العربية من هجرة العقول العربية تقدر بـ 200 مليار دولار" 7 سبتمبر 2009م، http://www.cit4all.net
23- وثيقة رقم WIPO/CR/DAM/05/4 الصادرة بتاريخ /2005/4- مرجع سابق-
24- عمرو بن إبراهيم رجب، حماية حقوق الملكية في المملكة العربية السعودية "ورقة مقدمة في إطار فعاليات ندوة حقوق المؤلف و الحقوق المجاورة" الرياض 2003م.-1424هـ
25 - *Quotidien el watan sue le web, du 30juin 2010, édition du 19 février 2009.*
26- تقرير مؤسسة "بزنس سوفت وار أليانس" لسنة 2009م بشأن ظاهرة قرصنة برمجيات الإعلام الآلي في السوق الجزائرية.
27 - *La voix de l'Oranie, quotidien d'information, 16 janvier, p2*
28- جريدة الخبر اليومية ليوم 13 يناير 2010م، تصريح مديرة مكافحة الغش، بالمديرية العامة للجمارك.
29 -*A.C.DJBARA, La Douane et la Contrefaçon, des cours sur la contrefaçon préparés pour L'Ecole Supérieure de la magistrature, 29 Novembre 2004 .p8-9*
30- تكون في حالة وجود انتهاك واضح في علامة تجارية ما، و التلاعب في شكلها بغرض الغش و التدليس على المستهلك سيما إذا كان الشبه بين العلامتين كبيراً جداً مثل ABIBAS عوض التسمية الأصلية ADIDAS أو كتابة PANASOIANIC عوض العلامة المعروفة PANASONIC، و هكذا.
31- تصريح وزير الطاقة و المناجم الجزائري في ندوة حول عقلانية استهلاك الوقود بالعاصمة يوم 03 فبراير 2010.
32- مقال منشور بتاريخ 23 يونيو 2009م، على افتتاحية الجزائر، صحيفة إلكترونية، www.algerianeditorial.com.
33- تقرير المديرية العامة للجمارك- الجداول الإحصائية للمديرية الفرعية لمكافحة الغش لسنة 2009م.
34- جريدة الشروق اليومي ليوم 27 فبراير 2010م، مقال بعنوان" ماكياج مصنوع من الطلاء و الطباشير في السوق الجزائرية" للكاتبة الصحفية فضيلة مختاري.
35 - مادة تصنع من ورق التبغ و فضلاته، توضع في الفم للاستفادة من النيكوتين التي تحتويه
36- جريدة الشروق اليومية ليوم 22 مارس 2010م، تحقيق بعنوان 220 مليون كيس شمة مخلوطة بفضلات الحيوانات و زيوت السيارات، أنظر www.echoroukonline.com/ara/national/49821-220.html
37- موقع المديرية العامة للجمارك- www.douane.gov.dz - حول نداءات الطوارئ أنظر الجدول رقم 3 من البحث.
38- تقرير المديرية العامة للجمارك- الجداول الإحصائية للمديرية الفرعية لمكافحة الغش لسنة 2009م- مرجع سبق ذكره.
39- موقع المديرية العامة للجمارك- www.douane.gov.dz - حول نداءات الطوارئ مرجع سبق ذكره.
40- تقرير المديرية العامة للجمارك- الجداول الإحصائية للمديرية الفرعية لمكافحة الغش لسنة 2009م- مرجع سبق ذكره
41- تقرير المديرية العامة للجمارك- الجداول الإحصائية للمديرية الفرعية لمكافحة الغش لسنة 2009م- مرجع سبق ذكره